

ELTON JOSÉ DA SILVEIRA

WALKING TOUR: TURISMO, CULTURA E EDUCAÇÃO

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção da
Universidade Federal de Santa Catarina
Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Engenharia de Produção

Orientadora: Profa. Alice T. Cybis Pereira, Ph.D.

Florianópolis
2003

Elton José da Silveira

WALKING TOUR: TURISMO, CULTURA E EDUCAÇÃO

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do grau de
Mestre em Engenharia de Produção no **Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção** da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 24 de março de 2003.

Prof. Alejandro Martins, Dr. Eng.
Coordenador do Programa.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Alice T. Cybis Pereira, Ph.D.
Universidade Federal de Santa Catarina.
Orientadora

Prof. Antônio Martiniano Fontoura, Doutor.
Universidade Federal do Paraná.

Prof. Francisco Verardi Bocca, Doutor.
Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

A minha avó, Alice
pela vida dedicada à família.
Aos meus pais, Eniel e Marlene.

Agradecimentos

Aos meus amigos Elani, Ricardo, Márcia e Odissea,
Pela compreensão, amizade e carinho,
tão importantes para a realização desse trabalho.

...

A minha orientadora profa. Alice T. Cybis Pereira.

...

Aos meus colegas de mestrado pela amizade e carinho.

RESUMO

SILVEIRA, Elton José da. **Walking Tour: Turismo, Cultura e Educação**. 2003, 110f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

Apresenta um olhar propondo o uso do Walking Tour (WT) como forma de preservação da história e do patrimônio de uma cidade, inserindo-o como uma ferramenta de motivação, consciência e conhecimento, em escolas, associações e grupos organizados, podendo dessa maneira estimular a identidade entre cidadão e cidade. O uso do WT como instrumento pedagógico aparece no trabalho como um eficaz recurso educacional do professor para despertar no aluno a curiosidade necessária acerca de sua cultura e sua cidade. O trabalho propõe ao mesmo tempo a utilização do WT no turismo cultural como argumento ao guia de turismo e como forma de gerar trabalho, divisas e melhorias para a economia local.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Cultura e Educação

ABSTRACT

SILVEIRA, Elton José da. **Walking Tour: Turismo, Cultura e Educação**. 2003, 110f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

This research suggests Walking Tour as a way of preservation of History and the patrimony of the city, showing it like an instrument of motivation, conscience and knowledge, in schools, associations and organized groups, enabling to stimulate the identity between citizen and city. The application of Walking Tour as a pedagogical instrument, occurs as an important resource to the teacher for inspiring the curiosity of the culture and the city in pupils. The research proposes at the same time the utilization of WT in cultural tourism to increase the economy and to stimulate employments.

KEY-WORDS: Tourism, Culture and Education

Sumário

1 INTRODUÇÃO	p.9
1.1 JUSTIFICATIVA.....	p.10
1.2 A QUESTÃO DA PESQUISA.....	p.11
1.3 OBJETIVO DA PESQUISA.....	p.11
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	p.11
1.5 METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO.....	p.12
1.6 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	p.12
2 ABORDAGEM TURÍSTICA.....	p.14
2.1 COMUNIDADE LOCAL E MEIO.....	p.14
2.2 TURISTA E PLANEJAMENTO TURÍSTICO.....	p.23
3 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL.....	p.27
3.1 EDUCAÇÃO E TURISMO.....	p.29
3.1.1 O Guia de Turismo.....	p.31
3.1.2 O aluno e a percepção da cultura que o cerca.....	p.32
3.1.3 O exercício da percepção na cidade.....	P.35
3.1.4 O setor histórico de uma cidade: educar para preservar.....	p.37
3.2 EDUCAÇÃO E PROPOSTAS.....	p.40
3.2.1 Aplicações pedagógicas do Walking Tour.....	p.41
4 WALKING TOUR: MODELOS E PROPOSTAS.....	p.43
4.1 MODELOS DE WALKING TOUR.....	p.43
4.2 CONCEITO E ORIGEM	p.52
4.3 WALKING TOUR PELO SETOR HISTÓRICO DE CURITIBA.....	p.54
4.3.1 Projeto: delimitação e abordagem.....	p.55
4.3.2 O cd rom.....	p.55
4.4 FIGURAS.....	p.58
5 CONCLUSÃO.....	p.65

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	p.68
7 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.....	p.70
8 ANEXO.....	p.72

1 INTRODUÇÃO

A cidade é um local de convivência entre pessoas que ali se fixam, e produzem no dia-a-dia simbologias, valores e bens que acabam identificando seu povo e particularizando-o por meio de sua história. Contudo ocorre que nesta construção cultural, diversos interesses vêm ameaçando as cidades e os que nelas vivem. Fatores econômicos movidos por um processo globalizador cada vez mais acentuado e massificante, permitem a banalização da cultura. O que se pondera é que neste processo globalizador, no qual todo o planeta está inscrito, se por um lado tem a tecnologia para facilitar a vida das pessoas e o acesso às informações, por outro tem a economia ditando padrões de forma devastadora e exclusora. Nem sempre em tais processos, se democratiza o acesso às informações, tampouco se respeita a diversidade cultural, ao contrário, criam-se mecanismos de coerção e de dominação onde as minorias são absorvidas e obrigadas a se adaptarem aos padrões vigentes. Isso acaba tendo como consequência o desestímulo à manutenção de valores culturais próprios de cada comunidade, em benefício de regras massificadas e veiculadas como 'corretas' pela mídia, favorecendo interesses comerciais diversos.

Desta maneira, verifica-se o crescente desinteresse dos cidadãos pelas suas tradições, patrimônio material, folclore, usos e costumes, o que acaba acarretando a falta de identidade entre cidadão e cidade. As consequências são inúmeras, particularmente para a preservação e manutenção dos setores históricos das cidades, pois, só se preserva aquilo que se tem vínculo, e sem preservação ocorre que o patrimônio de um povo definha-se até o momento de sua total extinção, de onde até mesmo a educação tem, lamentavelmente, se eximido de culpa. Um povo sem memória é um povo sem história, sem ter o que contar, do que se lembrar e principalmente, sem ter do que se orgulhar. Verifica-se o empobrecimento social e cultural gradativo de cidades, países e continentes, sem esboçarem reação a tais pressões corporativistas que crescem de forma desregrada.

1.1 JUSTIFICATIVA

A proposta de um modelo de *Walking Tour* (WT) surge na seqüência de uma carreira profissional desde cedo construída, de forma circunstancial, seguindo um tripé: arte, ciência e turismo, onde a partir do ano de 1989 (SESC/PR), e depois durante a década de 90 (SENAC/PR), o autor fora convidado a ministrar aulas na disciplina de História da Arte Aplicada ao Turismo, junto ao curso de Guia de Turismo. Partindo da idéia de um turista cada vez mais preocupado com o resgate de sua memória, sua identidade, bem como com uma informação que amplie seus horizontes culturais. Foi quando passou-se a buscar efetivamente mecanismos que pudessem garantir a boa informação, porém sem correr o risco de tornar-se aborrecedor ao turista, pois, deve-se lembrar que antes de mais nada o turismo tem de ser prazeroso na sua essência, um *city tour* que assume o caráter de aula ou de obrigação, pela forma como é realizado, ou pelo excesso de informação, torna-se desprazeroso aos olhos daquele o pratica, e o passeio acaba assumindo o ônus de seus exageros, ou seja, uma viagem sem o gosto de “quero mais”, tão importante para a bom desempenho do turismo.

Durante esse período lecionando para futuros guias de turismo, foram constatados alguns problemas que as turmas sempre apresentavam, dentre os quais:

- A falta de referência e fontes de informações para serem oferecidas aos turistas, e com isso, a dificuldade de aprofundar determinados aspectos de uma cidade ou de um local, pois, os tradicionais *city tours* não proporcionam condições técnicas para isso, por possuírem um formato mais dinâmico e sintetizador, afinal é uma cidade ou um bairro sendo visitado, na média, em duas horas, dependendo da extensão deste percurso o *city tour* acaba sendo um rápido *en passant* pela cidade.
- A falta de material pedagógico sobre o tema *Walking Tour* no Brasil que pudessem servir de referência para os profissionais que deles necessitassem.
- A necessidade de resgatar a função de formador de opinião, que tanto o Guia de Turismo como o Professor agregam.

Baseado nessas constatações foi pensado uma forma prática que pudesse concentrar, referências e informações, ao mesmo tempo que permitisse um olhar mais ampliado sobre fatos interessantes, curiosos e particulares que cada local apresenta, para isso o WT passa a ser resgatado e aplicado como ferramenta pedagógica, numa prática motivadora a ser veiculada posteriormente pelos guias de turismo e professores de diversas áreas.

1.2 A QUESTÃO DA PESQUISA

A questão seria: como se pode efetivamente motivar o interesse do cidadão pela sua cidade, ao mesmo tempo em que estimular a economia local através do turismo?

1.3 OBJETIVO DA PESQUISA

Este trabalho objetiva contribuir com um olhar, propondo o uso do Walking Tour (WT) como forma de preservação da história e do patrimônio de uma cidade, inserido como ferramenta de motivação, consciência e conhecimento, em escolas, associações e grupos organizados. Pode dessa maneira estimular a identidade entre cidadão e cidade, propondo ao mesmo tempo sua utilização no turismo cultural como argumento ao guia de turismo e como forma de gerar trabalho, divisas e melhorias para a economia local.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ocorre que dentro da proposta de uso do WT como ferramenta turística e pedagógica, outras questões passam também a serem investigadas, entre elas: o uso da tecnologia para criação de materiais de apoio ao WT e ao professor, a importância do planejamento turístico para melhor aproveitamento do WT como produto turístico, o comprometimento entre planejamento turístico e comunidade local no sentido de parceria e desenvolvimentos social, a proposta de

interdisciplinarização da educação como forma de atrair interesse e ampliar a atuação da educação como meio gerador de identidade social.

1.5 METODOLOGIA DA DISSERTAÇÃO

Do ponto de vista metodológico esta pesquisa tem caráter descritivo, pois procura representar através do WT uma forma de produzir e veicular conhecimento, como será percebido através do *cd rom* desenvolvido. Tem caráter também bibliográfico, na medida em que se serve de vasta pesquisa bibliográfica para fundamentação do conteúdo em questão. Tem caráter documental, pois, desenvolve um inventário e posterior registro de informações colhidas para serem aplicadas a turistas e alunos em diversas finalidades.

1.6 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Na introdução aborda-se a situação do turismo e do acesso à informação através de uma contextualização dos interesses gerados por forças econômicas, nem sempre em consonância com o turismo e com as necessidades da educação.

O capítulo dois apresenta uma abordagem turística discutindo a importância das comunidades locais e sua compreensão sobre o meio em que vivem, e a participação neste processo de valorização de sua própria cultura através do conhecimento e do turismo, bem como apresenta como fator determinante a necessidade de um planejamento turístico sério, levando-se em conta não só os potenciais de cada local, mas sua otimização e usos adequados, sempre numa proposta de turismo sustentável, onde o novo deve procurar a boa convivência com o passado, memória e valores construídos pela comunidade no transcorrer de sua história, procurando não excluí-la desse processo, mas ter na comunidade uma grande aliada.

O terceiro capítulo apresenta a importância do *Walking Tour* como veículo educacional, de construção e preservação dos saberes, aliado a isso discute também o patrimônio de um povo, sua preservação e fatores determinantes para o sucesso de sua manutenção. Questiona-se ainda a relação entre o presente e o passado, entre o novo e o velho, e o papel da educação neste processo todo. A

informação e tecnologia aparecendo como aceleradores do progresso, ao mesmo tempo em que se configuram como excludores sociais por parte da população.

O quarto capítulo trata do WT como ferramenta e mostra modelos de WT existentes no mundo, formas de pensá-lo e na sequência a proposta de um modelo de WT a partir de um tema desenvolvido e registrado em *cd rom*, o Setor Histórico de Curitiba. É apresentado o *cd rom* desenvolvido por uma equipe multidisciplinar.

A conclusão mostra conseqüências do uso do WT como ferramenta de conhecimento e veiculadora de informação, bem como propõe outros trabalhos que podem contribuir para a sociedade de forma geral.

As referências bibliográficas aparecem como forma de sugestão e complementação de estudos mais aprofundados sobre os assuntos abordados, bem como a bibliografia, na sequência.

O anexo mostra uma proposta impressa de um WT sobre o setor histórico de Curitiba, o qual poderá servir de fonte de informação a professores e aos guias de turismo para serem aplicados entre alunos e turistas. Acompanha em anexo o *cd rom* produzido sobre o setor histórico de Curitiba.

2 ABORDAGEM TURÍSTICA

O turismo é um dos mercados que atualmente mais cresce no mundo, são milhões de pessoas envolvidas diretamente ou indiretamente com turismo, seja através de produtos e serviços, ou através do consumo. Devido a isso, se faz necessário pensar programas capazes de suprir essa demanda mundial devido às exigências de um consumidor crítico e cada vez mais bem informado. Diversos países vêm desenvolvendo práticas no sentido de atender nichos de mercado, que se diferenciam do setor generalista, clientelas que buscam diferenciais dentro da diversidade, pessoas sedentas por experimentarem novas realidades, prazeres que instigam seus sentidos, sua curiosidade, contribuindo para o questionamento de suas próprias realidades.

Quando se pensa um projeto turístico, parte-se da premissa que o projeto tem de satisfazer dois pilares: COMUNIDADE LOCAL X MEIO e TURISTA X PLANEJAMENTO TURÍSTICO, caso contrário corre-se o risco de inviabilizar uma boa idéia, por insatisfação ou negligência de qualquer um dos segmentos envolvidos. Partindo-se dessa premissa, deve-se analisar cada parte interessada nesse processo, elencando fatores essenciais e possíveis problemas que possam apresentar.

2.1 COMUNIDADE LOCAL E MEIO

Nenhum trabalho acontece de forma satisfatória sem que haja comprometimento e cumplicidade da comunidade diretamente envolvida. Tem-se visto diversos trabalhos que partem de boas idéias e propósitos promissores, naufragarem em descrédito por negligenciarem a comunidade para a qual ou na qual o programa fora implementado. Ser adequado ou ser bem intencionado não é suficiente para o sucesso de um projeto, há de se criar mecanismos que facilitem a compreensão e, por conseguinte, a inserção do projeto na comunidade a que se destina.

Começa a primeira grande dificuldade, que é como convencer a comunidade a aceitar ou participar disso tudo. Talvez uma possibilidade a ser considerada seja respeitar o ambiente cultural que os envolve. Respeitar não significa só conhecer e

registrar, muito mais do que conhecer há de se estabelecer formas de acesso entre o turismo e a própria comunidade, sem que nenhuma das partes se sinta invadida ou prejudicada. Para isso algumas medidas têm de ser levadas em consideração, tais como: estabelecer um estudo do local, geográfico, histórico, cultural, social, religioso, comercial, político e potencial, para que se tenha argumento de trabalho e ao mesmo tempo amplie o caráter do trabalho em questão. O comprometimento só se faz através do bom argumento, do discurso claro e objetivo que mostre à comunidade o benefício e o ônus do benefício.

Geralmente ocorre que muitos dos cidadãos desconhecem sua própria cultura, algumas inclusive em processo final de extinção ou sofrendo um selvagem acultramento, que em pouco tempo acaba descaracterizando e uniformizando diversas comunidades, perdendo assim suas referências e identidades. Isso é bastante nocivo para o turismo, pois, se for pensar o que realmente atrai o turista, automaticamente conclui-se que é o diferencial, a curiosidade e o prazer. São estes os grandes pilares de atratividade que o turismo persegue. O que se observa no mundo atualmente são cidades, algumas com boa infra-estrutura para o turismo, porém que se observadas de forma macro, acabam sendo homogeneizadas, o que sob o ponto de vista turístico torna-se cansativo e previsível, isto, é claro, traz conseqüências imediatas quanto ao grau de satisfação do turista e sobre a própria comunidade que tem de se adaptar à nova rotina, mas principalmente tem sua cultura posta em planos secundários, quando não ignorada.

Cria-se a partir daí uma relação improdutiva entre comunidade e turista. Quando um visitante chega em sua casa e ignora sua rotina ou suas necessidades, acaba gerando conflitos que por vezes são bastante difíceis e nada prazerosos de serem geridos. Cidades como Florença, na Itália, são exemplos claros dessa realidade, há por parte das autoridades locais, e dos próprios empresários envolvidos com turismo, um problema de grandes proporções, no que se refere à relação entre turista e comunidade local. Muito embora a comunidade perceba que o turismo gera divisas, que alavanca a economia da cidade, também sente-se invadida na sua rotina, na sua cultura e na sua identidade, pois, seus habitantes acabam sentindo-se como atores que atuam vinte quatro horas por dia, repetidamente todos os dias do ano e todos os anos. Isso é bastante significativo para uma população que viveu a glória de um Renascimento, de um Barroco e que por muitos séculos foi

referência mundial pelo que proporcionou ao mundo. Ser referência pelo que se produz é bem diferente de ser referência pela rotina que gera.

Num projeto ou implementação do turismo em qualquer região, deve-se primeiramente discutir com os representantes da comunidade, formas menos invasivas de se estabelecer no local. Pensar programas sociais e também maneiras de inserir a comunidade em serviços e produtos a serem estabelecidos. Aproveitar, por exemplo, a gastronomia local, como atrativo e produto cultural a ser explorado não só pelo comércio, restaurantes e feiras, mas muitas vezes nas próprias casas de moradores da região. No mínimo as autoridades deveriam incrementar e estimular a qualidade do que já é oferecido, através de incentivos e de divulgação local, que garantam uma qualidade mínima para os produtos. Talvez um selo turístico para comerciantes que se adequem a um padrão de qualidade e higiene mínimo, estimulando a economia, ao mesmo tempo em que se incentiva a interação entre turista e população local. Não se pretende com isso que serviços e produtos tradicionais da evolução tecnológica não possam acompanhar tal processo, é claro que bons hotéis, restaurantes, lojas e serviços podem conviver pacificamente com a cidade ou região, porém, nunca devem se sobrepor à população local. Isso só ocorre de forma efetiva quando há um bom planejamento turístico e também quando se estabelecem mecanismos reguladores e controladores de todo o processo. O poder público, nos seus distintos âmbitos, sejam eles federais, estaduais ou municipais devem se fazer presentes e atuarem de forma a garantir que a harmonia prevaleça.

Outras entidades que devem estar presentes nas negociações, são as comunidades de bairro, de classe, políticas e religiosas, pois, cada segmento contribui com um olhar diferenciado da comunidade, e a soma dessas percepções pode gerar um resultado bem mais criativo e eficaz quanto ao benefício/custo.

Todo incentivo deve vir acompanhado de propostas que conduzam o cidadão à cidadania, um dos bons mecanismos nesse sentido é a educação patrimonial que será discutida mais adiante, e com a educação profissionalizante deve-se fornecer também cursos capacitadores em parceria com universidades, SENAC, SESC, Fundações Culturais, escolas e associações. Tais entidades possuem condições de trabalhar na qualificação de profissionais para atuarem no mercado turístico, profissionais com um nível de comprometimento mais adequado às necessidades do mercado, e ao mesmo tempo veiculadores de bons serviços e informações. Em

algumas cidades há combinações, bastante eficazes, de produtos com serviços turísticos, como por exemplo guias oferecendo seus serviços em associação com moradores que fornecem hospedagem e convívio com o turista, que muitas vezes busca maior envolvimento com hábitos e cultura local. Os nichos de mercado são tão amplos que, por vezes beiram o grotesco, como empresas que oferecem pacotes para que se possa vivenciar o cotidiano de um mendigo, pacotes que fazem do turista mendigo por algum tempo, cria-se a ambiência e a caracterização de um mendigo. Parece bastante bizarra tal idéia, porém, é real e tem sua procura, bem como outras vivências reais ou imaginárias que podem ser adaptadas e oferecidas como produtos turísticos, essa sub segmentação é abraçada geralmente pela iniciativa privada.

O que ocorre com frequência é que as decisões quanto ao turismo dentro de uma cidade ou localidade raras vezes são tomadas por pessoas da própria comunidade, mas por empresários que pouco conhecem do local e buscam o lucro fácil e rápido. Elabora-se então uma ‘proposta’ de produtos e serviços que desrespeitam as necessidades das populações, e pior, esta quase sempre exclui os cidadãos locais do crescimento e progresso.

Os cidadãos são muitas vezes obrigados a procurar outras áreas para morarem, quando não outras cidades e estados, visto que não existe incentivo de empregos e salários oportunizados pelo progresso. Deveria ser repensado o que Negt classifica como “vácuo moral”, imposto pela tecnologia e falta de clareza entre o que é público e o que é privado, pois, assim como a tecnologia traz boas perspectivas, ela também acaba impondo regras massificadoras que se atribui à globalização temida nos dias atuais, porém a globalização não é algo ruim, mas sim algo a ser discutido e averiguado num processo participativo entre comunidades, poder público e setor privado, tomando cuidado para que soluções lobistas sejam descartadas.

Ao resgatar o conceito grego de cidade, verifica-se que o ser humano só era considerado completo caso se sentisse parte da comunidade que pertencia, parte efetiva, participativa e integrante de todo o processo. Hoje o que se percebe é que a tecnologia, até mesmo pela virtualidade que impõe, acaba enquadrando as pessoas dentro de blocos comuns de idéias, potenciais e prioridades. O indivíduo que antes propunha, hoje encontra-se limitado por burocracias e interesses lobistas. O *Phrónesis* pregado pelos gregos dificilmente tem inserção nas políticas atuais, ou

seja, a busca de uma política participativa com a ação direta do cidadão. A criatividade e auto-expressão acabam sendo reduzidas a padrões de repetição com soluções globais, porém, nem sempre adequadas a meios específicos.

Uma das formas de participação é através das entidades que podem qualificar, tais como SENAC, que deveriam ser acionadas, oferecendo cursos em parceria com municípios e iniciativa privada. Através de um estudo prévio de mercado e específico da cultura local, direcionar seus cursos para áreas que lidem direta e indiretamente com o turismo, como cursos de Guias de Turismo, cursos nas áreas de qualidade, atendimento ao cliente, higiene e postura, gastronomia, artesanato, apresentação de produtos e serviços, marketing, oratória, atualização de professores principalmente nas áreas de história e geografia, emissão de passagens, *taxitour*, informações turísticas entre outros. Quando uma tradição é conhecida e compreendida, traz sempre consigo a necessidade de sua continuidade e veiculação, para isso surge naturalmente espaço para festas, festivais, feiras, rodeios, romarias entre outros, que proporcionam a ampliação do contexto cultural de um local, bem como, atrai a atenção de outras pessoas, turistas, para vivenciar tal realidade.

O que atualmente se experimenta na maioria das cidades é a grande distância entre a cultura local e a cultura oficial, ou seja, uma cultura forjada e adaptada a padrões internacionais, que homogeneizam o mercado turístico em detrimento de valores construídos no dia-a-dia de comunidades, símbolos impregnados de conteúdo, lendas, crenças, referenciais e arte, ricos, porém, pouco acessíveis aos turistas e fadados ao esquecimento paulatino.

Quando se pretende trabalhar com um produto ou uma comunidade, deve-se antes conhecer a realidade e expectativa pré-existente, para isso há de se ter em mente que nada se cria sem conflitos, e os conflitos podem ser gerenciados se o respeito às tradições prevalecerem, segundo Feuerstein (1994), mediar é a “arte de se fazer perguntas”, nada mais lógico de que ao se inserir em determinada comunidade ou região, se inteirar do conhecimento local, perguntando, ouvindo, pensando soluções e convivendo da forma menos invasiva possível.

Percebe-se que mesmo em cidades que possuem um contexto histórico mais abrangente e de maior apelo turístico, a memória e as tradições das pessoas que construíram aquela história é deixada em segundo plano, muitas vezes se perde pelo descaso ou pela modernidade que chega sem critérios ou respeito, criando uma

nova geografia social que comumente forja lugares de lazer, artificiais, mascarados por tecnologia e maquiados de forma a atrair o turista, porém, esquece-se de algo bastante significativo, os setores históricos das cidades, impregnados de referências, tradições e valores e, quase sempre são excluídos desse processo mercadológico, é como se o dia-a-dia de um povo não tivesse interesse.

Ao invés de aproveitar tal potencial e revitalizar os centros históricos das cidades com estudo de preservação e impacto ambiental, prefere-se ignorá-los e deslocar a atenção para áreas novas e artificiais, estabelece-se dessa forma outro grave problema às cidades, a decadência dos setores históricos, que acabam se desvalorizando, sendo manipulados por pessoas sem critérios de conservação e sem preocupação com o patrimônio, atrai também o sub mundo das drogas e prostituição, com todo o agregado de conseqüências futuras. Já que a desvalorização acarreta estímulo a tudo que é marginal, à margem do respeito e consideração histórica. Em relação aos setores históricos de uma cidade, Goodey diz ,

“O centro da cidade tornou-se uma casca vazia com velhos prédios, um menor número de moradores, compradores e entusiastas interessados em estruturas mortas de eras passadas. Provavelmente seria muito cínico afirmar que a política de revitalização dos centros históricos das cidades tem sido conduzida em função dos interesses de proprietários e da indústria do turismo. Mas certamente tem sido dada mais atenção às edificações do que às pessoas que as deixaram para trás”.(Goodey, 2002, p. 77)

Outro assunto que vale a pena ser lembrado é o que diz respeito à busca do novo pela sociedade contemporânea. Valores antigos são vistos, quase sempre, como ultrapassados e inadequados às aspirações modernas, fazendo com que os valores modernos sejam tomados como moldes, inclusive quanto ao tratamento dos centros históricos das cidades, seja ignorando-os como potencial turístico, privilegiando novas áreas afastadas dos centros históricos, e construindo infraestrutura adaptada ao lucro rápido e fácil, ou pior ainda, seja destruindo-os e descaracterizando-os de forma inconseqüente e desrespeitosa. A indústria do turismo esquece que a referência, a identidade e a memória são aliadas do turismo e não fatores complicantes, que devem ser ignorados ou eliminados, segundo Flusser a cidade que não tem sua própria cultura não existe como cidade. Flusser, diz ainda:

“Se for possível salvar os valores da velha cultura, não os abandonar, não ignorar esses valores, mas incorporá-los a uma nova forma, em uma nova simbiose, um novo sincretismo, o da era digital, então a verdadeira cidade brasileira estaria emergindo em espaços urbanos contemporâneos privilegiados” (apud Freitag-Rouanet, 2002, p.34)

Toda cidade tem que considerar a tolerância como um fator de desenvolvimento necessário e irreversível, pois, é na tolerância que a soma de interesses se acomodam, trazendo novas perspectivas aos moradores e visitantes. Uma cidade, bem como sua comunidade deve ser vista como um organismo vivo, capaz de interagir com seu cotidiano e com as relações trazidas pelo progresso. Da mesma forma como não há espaço consciente para a ação destrutiva proporcionada pela modernidade, também não há espaço para a recusa de interagir com o novo, não se quer com isso desqualificar a luta que uma comunidade estabelece pelas suas tradições e patrimônio, muito pelo contrário, porém há de se ter o diálogo e abertura para usufruir-se de uma tecnologia e mercado modernos.

Há em contrapartida outro fator a ser considerado, se por um lado tem o turismo e seus interesses alheios à determinada sociedade, que colaboram com a destruição das cidades e centros históricos, há também a própria população que por insatisfação, não necessariamente com o turismo, responde de forma destrutiva a seu próprio meio, pichando, derrubando, e descuidando-se da preservação e da conservação patrimonial, e isto é quase sempre um sinal de insatisfação, portanto, o poder público deve sempre estar atento a tais sinais manifestados pela comunidade, prevenindo com ações rápidas e eficazes, como diz Vlácav Havel:

“Percebe-se quando as pessoas se sentem bem dentro de um conjunto arquitetônico urbano, quando aceitam também as condições políticas; basta ver as fachadas, se estas são bonitas, se há coisas belas, se os habitantes se reconhecem nelas, se elas se sentem correspondidas em seu afeto pela comunidade ou se sentem rejeitadas. A falta de interesse pelas fachadas, pela imagem da cidade, é um elemento erosivo que corrói também o ser humano por dentro”.(apud Negt, 2002, p.24)

Para que a reflexão sobre o assunto seja enriquecida, não se pode esquecer de reafirmar a questão do acesso à informação, da educação cultural e patrimonial que será abordada mais adiante. A relação entre o centro da cidade e a periferia perde cada vez mais força, seja na dependência que se enfraquece com a segmentação dos mercados, seja pelo interesse que o poder público e o setor privado apresentam na questão de deslocamento de interesses comerciais e administrativos. Muitas vezes o apelo comercial e a fonte primária dos recursos naturais são os fatores de deslocamento desses interesses urbanísticos. Dessa forma os centros das cidades acabam se desvalorizando como fora mencionado, as cidades passam a partir da década de 1970 a serem estimuladas ao crescimento, e não mais controladas, essa é uma tendência que surge no EUA com o advento da

globalização e do *marketing* das cidades para atrair investimentos, ou seja, a cidade como máquina de crescimento.

Outra relação que não se pode deixar de observar é a virtualização dos espaços urbanos, onde a galeria de arte, o museu, a prefeitura, os serviços e as grandes corporações oferecem seus espaços às pessoas de forma virtual, sem que as mesmas tenham de se deslocar de suas casas, isso acarreta diversas consequências sobre a visitação e frequência física de pessoas pela cidade. Para isso deve-se pensar formas não excludentes dessa realidade virtual. A questão histórica, patrimonial, cultural e de identidade que o centro das cidades possuem devem ser os pilares para boas soluções e não empecilhos de desenvolvimento.

A virtualização não deve ser combatida, mas compreendida e aproveitada, não é ignorando-a ou desqualificando-a que se resolve a situação, existem formas complementares de abordagem do assunto que, apropriando-se de uma atitude interdisciplinar, conseguem resultados bastante satisfatórios nesse sentido, como por exemplo unir ambiente virtual, com educação, com qualificação de pessoas, com turismo, e poder chegar numa possibilidade de criação e implementação de projetos revitalizadores, com rica motivação e bem possíveis de bons resultados.

A ambiência é com certeza uma das grandes preocupações que urbanistas e políticos, bem como o turismo, devem ter em relação à revitalização dos setores históricos das cidades, pois, é na manutenção, preservação e conservação do ambiente que um projeto turístico ou comercial pode ser implantado com mais segurança, já que o marketing cultural que um centro bem preservado pode gerar é sem dúvida um fator determinante no sucesso de qualquer projeto. A ambiência refere-se ao cuidado e à preocupação com tudo que está ao redor, permeando a arte, a religiosidade, a identidade e história do local, mas a ambiência deve se preocupar com a forma, a plástica, na mesma proporção da história, caso contrário pode-se incorrer em equívocos, que apesar de bem intencionados, acabam descaracterizando espaços e distorcendo referências, como é o caso do setor histórico de Curitiba.

Em frente ao conhecido Relógio das Flores, fora criado um chafariz, no qual uma escultura de cavalo regurgitando água num cercado, a idéia é até consistente do ponto de vista histórico, visto que é o caminho que os antigos tropeiros percorriam até o local onde descansavam seus animais e comercializavam seus produtos. Porém do ponto de vista estético a escultura não condiz com a realidade

histórica de um local que pertence ao setor histórico de Curitiba. As linhas contemporâneas da escultura opõem-se esteticamente ao *petit pavé* do calçamento e à própria arquitetura local.

O turista e o morador da cidade por vezes passam pensativos de frente à fonte e sem entender quase nada, por falta de informação, têm dificuldades em aceitar aquela interferência em seu setor histórico, afinal como escreve Claudia Büttner (Büttner, 2002, p.88), “a arte pública só se torna necessária quando tem uma função, quando é necessária para alguém”. Não se quer com isso desqualificar a atitude de revitalização do setor histórico pelo governo municipal, porém, pede-se uma reflexão quanto aos critérios de aprovação e planejamento de obras públicas nesses espaços. Nisso reforça-se a necessidade do envolvimento de diversos setores da sociedade, numa discussão de seus espaços e usos.

Outra questão que pode-se ponderar é o fato que nas cidades industriais, e no mundo cada vez mais industrializado, o valor recai sobre a terra, o terreno no qual as edificações estão erguidas e não tanto nas edificações em si, portanto a reconstrução, a depredação e a não conservação vêm mediadas muito mais pelo interesse do uso, do que pelo interesse cultural. Como cita Camargo:

“Um outro traço que transforma profundamente a cidade da era industrial e a segmentação socioeconômica entre os bairros. O fenômeno mais importante, no entanto, é aquele gerado pelo barateamento dos materiais de construção produzidos em escala industrial e sua venda em dimensões padronizadas. Daí decorre a facilidade para demolir e reconstruir de tal forma que o valor das edificações se transfere para o solo urbano. O valor recai sobre o terreno, dando origem à especulação imobiliária.”(Camargo, 2002, p.16)

Percebe-se que o descaso para com o patrimônio tem raízes bem mais profundas do que só a educação patrimonial, portanto a ação conjunta da sociedade civil e governo tem de se fazer presente, corrigindo e regulando tais distorções, para que o patrimônio seja respeitado e possa ser compartilhado com o mercado turístico, e entende-se por patrimônio tudo o que foi construído pelo homem, de natureza material e imaterial, e de certa forma é significativo para a compreensão e manutenção da identidade do povo que o construiu, tal patrimônio deve ser conduzido de forma cuidadosa e profunda, pois, só continuará a despertar fruição e oportunizar informação caso seu uso seja adequado e sua conservação seja priorizada.

2.2 TURISTA E PLANEJAMENTO TURÍSTICO

Na abordagem turística, além da sociedade local e do meio, há de se ter como foco de interesse o turista, bem como as motivações que fazem com que alguém se desloque de um local a outro, motivações de diversas ordens, tais como: lazer, cultura, negócio, aventura, saúde, religião entre outras. O que se observa é que, como fora mencionado, nos dias atuais, pelos mercados turísticos que se ampliam e pela globalização que acentua a competitividade pelo lucro, observa-se que não é só o turista que busca suas opções, mas as cidades, países e continentes acabam desenvolvendo mecanismos de motivação e atração turística bastante agressivos sob o ponto de vista de abordagem e infra-estrutura.

A iniciativa privada assume cada vez mais o papel de investidor desse mercado, onde através de parcerias com o poder público desenvolve-se naturalmente um marketing das cidades e suas opções, opções estas cada vez mais ampliadas e cobiçadas pelos consumidores.

Como exemplo disto a professora Arantes escreve:

“No que diz respeito à ênfase superlativa na cultura e à convergência glamurosa entre *high culture* e *big business*. Dessa junção nascia o mito bifronte da cidade-colagem-grande-projeto, e da qual a Paris de Mitterrand será o exemplo máximo e seguramente o ponto de inflexão. Estava tudo lá, naquelas providências de regulação flexível do urbano, da ampliação da indústria cultural que incorporava a cultura dos museus e suas adjacências *highbrow* ao capitalismo de imagens, da nobilitação arquitetônica do mundo dos negócios à correspondente mitologia urbanizadora do terciário avançado, sem a qual não se poderia aspirar o *status* de cidade global”. (Arantes, 2002, p.70)

Verifica-se que o planejamento turístico dá-se de uma forma a otimizar o patrimônio existente e, muitas vezes criar chamarizes turísticos, muitos deles divulgados como arte, urbanismo e ecologia, mas que na maioria das vezes são produtos globais de apelo turístico para gerar lucro aos que dele se apropriam. Não se quer de forma alguma desautorizar tais iniciativas, porém há de se pensar as formas que são elegidas para tal procedimento.

A cultura não pode ser vista meramente com *business eyes*, mas agregar o máximo de valor ao produto gerado, levando-se em conta opções, que nem sempre são percebidas como viáveis, porém seriam mais adequadas a tais finalidades, como exemplo disso retoma-se o caso de Curitiba, que possui um centro histórico bem significativo, com importantes edificações e por diversos governos vem

sofrendo um descaso quanto ao seu setor histórico, ao passo que áreas eleitas como potencialmente viáveis para se criar atrativos turísticos vêm crescendo cada vez mais. Não se nega que aos olhos do turista é de grande efeito plástico, porém, como fica a história e a cultura do povo que cresceu, produziu e ergueu marcos com o passar dos anos e hoje vê seus museus sem rumo certo, a não ser museus-produto, surgidos com a idéia guggenheiniana de mega shows, como o Novo Museu de Curitiba, bela obra arquitetônica de Niemeyer, reformada para abrigar o atual museu.

Em contrapartida os museus que guardam a história e a cultura paranaense e brasileira, encontram-se sem sedes definitivas ou sem espaços com infra-estrutura adequada à conservação e exposição de seus acervos. Tudo fica no âmbito dos projetos, porém nada tem continuidade, ou segue um planejamento que atende só às necessidades imediatas, sem soluções definitivas e importantes para demonstrar o respeito pela cultura de um povo.

É evidente que Curitiba segue a tendência mundial de produto-lucro, mas mesmo nessa linha, cidades como Paris, Roma, Berlin e Barcelona aproveitam seus bens e sua cultura otimizando-os. Não se quer discutir com esse estudo a validade ou não da massificação da cultura pelo turismo cultural, deseja-se com isso propor uma reflexão quanto aos métodos utilizados, e também registrar a importância de interdisciplinarizar esse processo.

Todos os segmentos podem ganhar com essa atitude e não se corre o risco de transformar o turismo num apanhado de formas, com conceitos e plásticas parecidas, pois, o que realmente o turista deseja, é a diferença, a diversidade, o peculiar. De que adianta ir ao oriente se sabe-se que irá encontrar lá uma realidade global, cansativa e repetitiva, sem estímulo à troca. O grande desafio da maioria das cidades atualmente está em criar atrativos turísticos, trazer o turismo para alavancar suas economias, porém, onde está o problema? O problema pode seguir dois grandes pilares, a falta ou pouca tradição que a região possui em relação ao turismo, ou a falta de um planejamento que faça efetivamente a economia crescer, atraindo e mantendo o turista na região.

Primeiro parte-se para a análise da falta de tradição turística, e quando reflete-se sobre o tema, percebe-se que muitas vezes, não é que não se tenha algo para explorar turisticamente, mas quase sempre é a falta de um olhar mais crítico, sensível e profissional sobre o assunto, ou até mesmo a falta de incentivo e

investimento para o local. Atualmente com as segmentações dos mercados turísticos, há diversas possibilidades de implementá-lo em distintas localidades, climas, culturas ou geografias.

Há potenciais que vão desde o ecoturismo, passando pelo turismo cultural e desembocando no mais explorado filão que é o lazer e a diversão. O que pouco se explora, principalmente no Brasil, são nichos de mercado, tradicionais em alguns países europeus e americanos, como o turismo cultural, porém, no Brasil, não raro, resume-se o turismo cultural a visitas cansativas a alguns museus tradicionais e galerias de arte no eixo Rio - São Paulo, sem que se preocupe com o âmago da questão, que é o planejamento desse turismo.

Pouco se investe em planejamento turístico sério, pois, para se atingir metas mais sólidas e com boa repetibilidade de resultados, tem-se que se pensar em médio e longo prazo, ações que possam ser iniciadas e processadas agora, mas que tenham metas e etapas pré-definidas, atingindo segmentos importantes para o sucesso do planejamento, entre elas a educação patrimonial e cultural de crianças, jovens e adultos, qualificação de profissionais especializados nos mais diversos setores que o turismo possa necessitar, tais como: guias de turismo; atendimento; transportes; hospedagem; receptivo; informações; elaborações de materiais; pesquisa e levantamento de potenciais, produtos e serviços; restauração e revitalização de setores históricos e patrimônios; eventos e divulgação.

O planejamento pensa na inter-relação entre comunidade, turista, meio e lucro, com o menor impacto cultural, social ou ambiental possível, é no planejamento que a informação é adequada a um plano, a um projeto, e estabelece-se, através da mediação, o casamento de interesses e conseqüentemente o progresso, como escreve Barbier:

“O contexto histórico em que vivem as pessoas, com marcas advindas do autoritarismo e do silêncio, promovem privações que exigem um processo mediador. As reflexões com base na cotidianidade e as discussões relacionais entre o desejo, a vontade e a prospecção comunitárias, com a intencionalidade de um mediador, organizam fatos, comparam-nos e promovem a construção de propostas na direção transformacional, onde fomentam ocupação e renda, ética e cidadania”. (apud Farias, 2002, p.64)

O turista deve ser atraído por uma idéia, um desafio, uma curiosidade, um prazer qualquer, motivação esta que deve ser assegurada pelos seus idealizadores, pois, de nada adianta motivar o deslocamento de alguém para algum lugar, e não

oferecer o que foi promovido, ou oferecer de forma ineficiente e parcial, a frustração e o marketing negativo tornam-se inviabilizadores de medidas futuras. A qualificação de diversos segmentos do mercado é importante na garantia do bom produto. No planejamento turístico, o trabalho se concentrará no chamado planejamento interpretativo, que ganha destaque a partir da década de setenta, na Inglaterra, que depois de intensos e importantes esforços no sentido de sensibilizar grandes segmentos da população britânica, o patrimônio cultural desenvolveu-se com o recurso principal do turismo na Inglaterra, como escreve Murta & Goodey:

“A partir dos anos setenta, a prática da interpretação evoluiu para monumentos, edifícios e sítios históricos, alcançando vilas e cidades, passando a incluir áreas significativas do ambiente urbano. (...) Foi a década das trilhas e roteiros que, com ampla participação da comunidade, recuperam e valorizam áreas comerciais e de lazer para desfrute da população e de visitantes. Na Inglaterra, não somente às cidades-catedrais, como Chester e Lincoln, foram beneficiadas, mas também centros menores, porém típicos, como a pequena vila mineradora de Wirksworth, em Derbyshire”. (2002, p.15)

Verifica-se nos estudos de Murta & Goodey (2002), o planejamento interpretativo aparece como grande facilitador e viabilizador de consciência, preservação e renda para as gerações subseqüentes, como escrevem na seqüência, “É a partir de 1980 que a interpretação e a revitalização concentram-se em criar atrações históricas e culturais para um mercado ávido por consumi-las. Seguem então diferentes tipos de museus, centros culturais, centros de visitação e de informações, muitas vezes objeto de investimento privado” (idem).

Observa-se então, que um planejamento turístico não mexe somente nas estruturas físicas e nos serviços, passa principalmente pelo resgate de valores, tradições, história, usos e costumes construídos por uma comunidade através dos tempos, e muitas vezes, tais tradições são empalidecidas ou até mesmo extintas pelo descuido e desinteresse gerado pelo imediatismo, pela falta de visão e pelo não planejamento turístico advindos do lucro fácil.

3 EDUCAÇÃO PATRIMONIAL

A educação patrimonial e cultural tem sido lembrada por escolas, empresas e governantes como a forma mais eficaz de proporcionar identidade e cidadania às pessoas, e ao mesmo tempo poder oferecer serviços e produtos de mais qualidade aos turistas como também à própria população local.

Quando se vende um doce de leite isoladamente, sem conhecimento dos vínculos que esse doce tem gerado em uma comunidade ou às pessoas que visitam o local e o consomem, certamente passa a ser um ato mecânico, repetitivo, sem fruição. Atitude que se transfere até mesmo ao processo de fabricação do doce, diminuindo a qualidade, pois, é diferente fabricar um doce para gerar lucro rápido, de fabricar-se o mesmo levando-se em consideração que o produto é um signo, um personagem que povoa a imaginação e o desejo de milhares de pessoas, servindo muitas vezes de elemento incentivador do fluxo turístico. Basta lembrar do doce de leite e logo vem a figura da doceira mineira mexendo seu caldeirão, empenhando-se para dar o ponto certo ao doce que a torna uma personalidade na sua comunidade. Quando se quer comprar doce de leite, deve comprar com a senhora *fulana* de tal, lá é tradicional. Percebe-se que a tradição é o grande agregado de valor que o turismo deve oportunizar, é o diferencial, a curiosidade, o peculiar capaz de atrair pessoas de suas cidades para vivenciar realidades e prazeres alheios.

Quando se trata de quem desenvolve o produto, se a pessoa sente a identidade entre ela e o produto, tudo fica melhor, afinal foi a avó que ensinou a mãe, que em segredo ensinou a filha, e essa provavelmente ensinará gerações a manter a qualidade e a despertar, em muitas pessoas, desejos de consumir tais delícias. É necessário perceber que assim como o doce de leite é capaz de tal proeza, e de gerar identidade, qualquer outro patrimônio também pode ser capaz de fazer o mesmo, desde que preservado e estimulado seu conhecimento e potencial da mesma maneira.

Uma igreja pode ser uma velharia, ou pode ser um símbolo de um período ou de um reinado, a diferença está no conhecimento acerca da mesma, sua história, suas rotinas e seus diferenciais, estes são elementos que povoam a mente das pessoas e que fazem-nas fruir, fruição é a grande palavra desse processo todo, pois fruir desperta a capacidade das pessoas em transformar ruínas em catedrais,

bancos em símbolos e personagens em ídolos, a respeito de cultura Durham que escreve,

“O homem é um animal que constitui, através de sistemas simbólicos, um ambiente artificial no qual vive e o qual está continuamente transformado. A cultura é, propriamente, esse movimento de criação, transmissão e reformulação desse ambiente artificial”. (apud Arantes, 1984, p.26)

Portanto, o que seria necessário para que alguém pudesse fruir? A resposta é bem direta, chama-se repertório, referência, de nada adianta ter o produto, se não se conhece seus potenciais, se não se tem argumento para um discurso, se não se tem condições de argumentar.

O maior desafio da educação cultural e patrimonial está nas formas de se promover isso. Vem do turismo um grande reforço nesse sentido, ou seja, qual é a função do turismo? Oferecer às pessoas olhares diferenciados das suas rotinas, de forma prazerosa e cativante, impor o argumento pelo prazer, oferecer conteúdo ao mesmo tempo em que se valoriza o patrimônio em questão.

Entende-se por patrimônio tudo que for significativo para a memória e manutenção das tradições e história de um povo, seja material ou imaterial. Pela forma tradicional de ensino, as disciplinas de História e Geografia são quase sempre pouco agradáveis aos alunos, pois, pelas técnicas pedagógicas tradicionais, aprende-se pela repetição, decora-se o assunto, mas pouco fica realmente gravado na memória do aluno. Onde estaria a dificuldade de fixar a informação? A dificuldade encontra-se na ausência da experimentação, na vivência do fato em si, e no caráter referencial, pois, pouco estimula-se no aluno o lúdico na aprendizagem.

Para que saber quem foi Emiliano Augusto Di Cavalcanti? A resposta nos diz que foi um grande artista plástico brasileiro, mostra algumas imagens impressas e muitas vezes de baixa qualidade gráfica, dado ao custo de impressão. Mais um personagem empurrado gratuitamente na cabeça do aluno, fadado ao desinteresse e perdido num universo informações semelhantes que dificilmente será resgatado por inferências futuras.

O jogo, o lúdico que instiga o ser humano e que estimula sua percepção quase nunca é utilizado. Foi através disto que se pensou na união do turismo com a educação e numa subsequente parceria entre alguns saberes para que se propusesse uma forma pedagógica do ensino tradicional, mais especificamente da

história, geografia e arte, porém, nada impede que o mesmo método seja aplicado a outros saberes, mais técnicos, como Matemática e Biologia por exemplo.

3.1 EDUCAÇÃO E TURISMO

Se puder ser investigado, com mais profundidade, a relação entre turismo e educação, percebe-se que os limites são bastante tênues, pois, ambos devem ter como sustentáculo, a informação e a referência. Ambos devem permitir que pessoas saiam desse processo com seus repertórios ampliados, capazes de relacionar, de questionar e principalmente de proporem formas e soluções às suas rotinas, a partir de experiências passadas, vivenciadas ou apreendidas.

O que na maioria das vezes diferencia a educação formal do turismo é o prazer, o prazer não é um quesito tradicionalmente pertinente à educação, mas sem dúvida é o grande molde para se planejar e pensar produtos e serviços turísticos. Contudo, por que o prazer não pode ser uma busca, e a partir daí, um aliado para educadores e pedagogos? Acredita-se que se a educação passar a ser pensada nestes moldes, certamente ela teria um grande aliado para motivar os alunos. Não se quer com isso desmerecer ou banalizar métodos pedagógicos empregados pelos educadores, pretende-se sim, proporcionar um olhar mais ampliado, contribuir com formas de motivação, baseadas em experiências com educação e turismo que o autor possui, e sempre fundamentando tais experiências em autores importantes para esse processo.

A educação é fundamental no processo de socialização do indivíduo, socialização esta, necessária para o desenvolvimento de uma consciência social. A compreensão social e a comunicação devem fazer parte de uma ação planejada, que através do conhecimento acumulado na História e de símbolos advindos da comunicação social, tornam-se fundamentais na compreensão dos desejos e reações dos outros.

O educador tem de conhecer além dos limites da informação, tem de saber como abordar cada situação nas distintas faixas etárias do desenvolvimento humano. Isto é importante na medida em que o indivíduo passa por diferentes níveis de aprendizagem, e por melhor que seja a intenção do educador, se o procedimento

pedagógico é inadequado à capacidade de fixação ou compreensão que o aluno tenha, certamente o resultado não atinge sua meta.

No desenvolvimento da criança o professor deve saber que a informação transmitida é parte do processo de aprendizado e portanto tem de respeitar o tempo de absorção e a seqüente digestão da mesma pelo aluno. O estímulo oferecido encontra graus distintos de dificuldade nas diversas faixas etárias, para isso o professor deve saber até que ponto seu aluno pode responder com o resultado supostamente esperado, evitado assim que a aprendizagem barre na frustração das expectativas do mestre. Este deve sempre transformar os estímulos, oferecer diferentes abordagens aos seus alunos e lembra que estão passando por um processo de aquisição de ferramentas culturais. Como diz Vygotsky & Luria,

“Desse modo, os processos neuropsicológicos, enquanto se desenvolvem e se transformam, começam a construir-se segundo um, sistema inteiramente novo. De processos naturais, transformam-se em processos complexos, constituídos como resultado de uma influência cultural e como efeito de uma série de condições – antes de mais nada, como resultado de interação ativa com o meio ambiente. Uma criança pequena não consegue resolver problemas complexos da vida real por meio de adaptação natural direta; só começa a utilizar caminhos indiretos para resolver estes problemas depois que a escola e a experiência tiverem refinado o processo de adaptação, depois que a criança tiver adquirido técnicas culturais. Em ativo confronto com o meio ambiente, desenvolve a capacidade de utilizar coisas do mundo exterior, como ferramentas, ou como signos.” (1996, p.219)

Além do conhecimento de técnicas pedagógicas adequadas, o professor deve saber que a própria inteligência do aluno depende do nível de socialização ao qual este aluno é submetido, pois, o repertório amplia-se na medida em que as trocas com pessoas do seu grupo social acontecem, é como se o leque de olhares e possibilidades a partir de qualquer premissa pudesse ser ampliado em muito, como escreve Rartner,

“A inteligência também é gerada socialmente de inúmeras maneiras. O fato mais óbvio é o de que a interação social amplia a fonte de informação da experiência pessoal do indivíduo para a experiência de todos os membros do grupo. Apenas compreender, organizar e organizar a informação socialmente proporcionada exige uma expansão da inteligência do organismo.” (1995, p.30)

Isto faz com que o aluno melhore e participe do pensamento social, tendo menos dificuldades de pertencer ao seu grupo de convívio, e ao mesmo tempo compreendendo que diferenças existem e devem ser respeitadas. Aliás esta é a maior dificuldade na implantação do turismo cultural.

Deste papel a educação é a grande mediadora e não pode eximir-se de assegurá-lo. Portanto o WT é um instrumento de grande valia na garantia dessa socialização e no reconhecimento das ações humanas.

3.1.1 O Guia de Turismo

A figura do guia de turismo é um grande exemplo de como algo pode ser transmitido, de forma prazerosa, com credibilidade e com um bom grau de fixação da informação prestada. Há quatorze anos o autor participa da formação de guias de turismo, ministrando a cadeira de História da Arte Aplicada ao Turismo, no SENAC – PR. Além do que elabora materiais que são publicados e utilizados para formar guias de turismo.

A disciplina de História da Arte é sem dúvida uma disciplina que fornece forte atrativo ao olhar do aluno, e também do turista, desde que não incorra em exageros quanto a informações e desperte a curiosidade das pessoas. Para isso diversas técnicas foram buscadas no sentido de ampliar o interesse dos alunos sobre o assunto. Duas coisas que de pronto funcionaram foram a interatividade entre professor e aluno, através de métodos provocativos, onde a informação passa a ser construída, fornecendo-se prévios argumentos e referências.

O outro método que teve grande aceitação foi o passeio a pé pelo setor histórico da cidade, o chamado “*Walking Tour*”, onde delineava-se um roteiro e perfazia o trecho ativando informações que o percurso pudesse apresentar, como: descrição de fachadas arquitetônicas quanto a estilos , técnicas, e importância, nomes e datas de logradouros públicos, fatos históricos e curiosidades significativas para o aluno ou para qualquer pessoa que pudesse acompanhar o passeio (Fig.6, 7, 8 e 9).

Algo que chamava a atenção de todos, todas as vezes que o passeio era realizado, era o fato de pedestres que passavam pelo grupo, e ouviam a explanação, pararem, perguntarem, e muitas vezes acompanharem o grupo pelo restante do roteiro. Isso foi bastante expressivo no período da exposição Brasil 500 anos, a Mostra do Redescobrimento, que se deu em São Paulo, no parque do Ibirapuera, durante o evento, o autor organizou diversas viagens de estudo, onde grupos bastante ecléticos foram levados para apreciar a mostra.

O monitoramento se deu, seguindo um roteiro sugerido pela curadoria do evento, e durante o percurso eram comentados seus enfoques, numa mistura de informação, história, curiosidade e rápido debate. O que chamou a atenção na época, foi o fato de mesmo com a disponibilidade de guias eletrônicos, e monitores locais treinados pelos organizadores da mostra para conduzir grupos pelos pavilhões, os grupos que acompanharam o autor eram na média compostos por vinte e cinco a trinta pessoas, e não raro em determinado trecho do percurso, havia entre setenta e oitenta pessoas acompanhando a monitoria.

O que pode se deduzir é que o interesse pela informação era evidente, e que havia pelo menos três classes de pessoas compartilhando da mesma experiência, havia alunos das mais diversas formações, guias de turismo e turistas ou pessoas comuns. Deduz-se então, que é perfeitamente viável educar, informar e fazer turismo a partir do mesmo princípio, o princípio do prazer, como escreve Volkelt (p.162, 1900)” O objeto estético adquire o seu caráter estético específico apenas através da percepção, da sensação e da fantasia do sujeito receptor”.

Portanto, o discurso do guia, sua abordagem e escolha de temas a serem mostrados, devem seguir uma dinâmica agradável e curiosa ao olhar do turista. Outro mercado que se abre ao guia de turismo é o desenvolvimento de produtos turísticos que possam ser oferecidos a escolas e associações, produtos como *Walking Tours*, *City Tours* e trilhas. Para desenvolver cada atividade o profissional deve se especializar na área cultural e patrimonial, inclusive a EMBRATUR já está aprovando cursos técnicos de Guia de Turismo Cultural para atender a estes novos nichos de mercado.

3.1.2 O aluno e o conhecimento da cultura que o cerca

Propõe-se um exercício: acordar, levantar, tomar café, sair de casa, caminhar até o ponto de ônibus, pegar o ônibus, observar o percurso, parar no destino, descer, ir à escola, estudar, refazer o mesmo percurso de volta, isso pelo menos duzentos dias num ano. E no final do ano tentar responder algumas questões.

1. Que rua você mora?
2. Quem é o personagem ou fato que dá nome à sua rua?
3. Qual a praça mais próxima de sua casa?

4. Os bustos, estátuas da praça, quem as fez? Quem é homenageado?
5. Seu nome revela que homenagem?
6. As ruas paralelas de sua casa, você as conhece? Sabe o que seus nomes significam?
7. A linha de ônibus que foi pega? Revela o que ou quem?
8. A sua escola, homenageia o que? Quem?
9. As fachadas das principais casas e edificações que participaram do percurso, que estilos são? Quem as fez?
10. Sua cidade recebe o nome em homenagem a que?

São questões de certa forma simples, porém nem sempre de fácil resposta, pois embora alguém seja capaz de morar décadas ou uma vida inteira num mesmo local, numa mesma rua, com rotinas muito regulares, estas pessoas não tem compreensão sobre a maioria das informações contidas no seu meio. Qual o problema em adquirir tal conhecimento? Isso passa por diversas dificuldades, que esbarram na falta de estímulo do seu meio, da sua escola, da sua família, de sua própria cidade e país, em motivar que tais personagens e fatos sejam revelados, e desta maneira seja formada uma compreensão e, por conseguinte, a identidade entre população e seu meio.

Foi percebido que dentro das rotinas mais banais não há o hábito da investigação, não há o despertar da curiosidade das pessoas, em relação a identificação e preservação do patrimônio, não poderia ocorrer o contrário, afinal só se identifica, ou se preserva aquilo que se conhece, só se conhece aquilo que é ensinado com motivação adequada e, só se aproveita aquilo em que o interesse é atraído e instigado.

Pode-se perceber que a educação patrimonial e o interesse pela cultura, perfazem um caminho lógico, porém com pouca iniciativa de órgãos competentes no sentido de apresentar soluções adequadas a uma população cada vez mais interativa, pessoas que muitas vezes dispõem de fontes de acesso em tempo real, através de mídias como televisão, computador e telefone. Porém se podem ter acesso a pessoas e fatos ocorrendo na China, não podem, por falta de instrumentos identificativos e interpretativos, perceber o seu próprio entorno de maneira plena, além do que Jung (1987, p.7) complementa dizendo “É bem mais fácil admitir que aquilo que não se entende, não existe”.

Uma dos *insights* dos alunos durante a prática do *Walking Tour*, que era realizado no curso, era - “professor, a partir de agora a cidade nunca mais será a mesma para mim, cada vez que eu passar em frente de uma igreja tentarei identificar seu estilo, cada vez que passar por uma praça prestarei atenção nas suas esculturas e simbologias”. Este discurso não era somente entusiasmo momentâneo, pois, sempre que encontrava um aluno, às vezes anos depois de ter se formado, a frase retornava da mesma maneira. O que justifica isso? Esse é o poder da revelação, revelar algo para alguém é proporcionar que essa pessoa possa fruir, é instrumentalizar a percepção alheia, nada mais importante para a comunicação se estabelecer do que poder construir relações.

É importante fazer o aluno perceber a importância de se conhecer as peculiaridades de cada local, bairro, cidade, seu imaginário, suas simbologias, seus personagens e dentro deste contexto, trazer à tona os bastidores de cada situação, como se desenvolvesse um discurso informal, quase como uma ‘conversa de compadres’. Isso ajuda a relaxar o peso da informação. Aprender a observar as mídias de massa e perceber o que elas possuem de tão atraente, capazes de fazer com que as pessoas sintam necessidade de vivenciá-las diariamente.

Tirando-se a ênfase da parte sensacionalista que toda informação pode gerar, e aproveitando o bastidor para reafirmar a boa notícia, pode-se ampliar em muito o interesse do espectador. Não se quer com isso rebaixar a prática de um WT ao âmbito do populismo e sensacionalismo, pretende-se sim, desconstruir retirando-se o peso da informação, informalizar para que a fixação do conteúdo seja facilitada, é quase como pegar uma carona nos bastidores dos fatos, a informação acaba sendo absorvida mais tranquilamente. Como escreve Miranda:

“Um guia pode utilizar termos simples e conseguir que todos entendam sua mensagem, mas se não a faz interessante para o ego dos visitantes, as pessoas podem “desconectar-se” e deixar de prestar atenção, ainda que entendam o significado. Uma mensagem será relevante ao ego (interessante) se alude diretamente o sujeito – você – se contém analogias ao ser humano ou à vida cotidiana, ou elementos de relevância pessoal (os filhos, a família, etc...)”. (2002, p.100)

Um dos livros mais lidos dentre historiadores e pessoas que buscam acessos à história, é justamente “A História da Vida Privada”, a qual já tem seu similar aplicado à história brasileira. Como fora dito, o que impede que a educação seja prazerosa? por que se deve manter a informação numa formalidade intransponível, desinteressante e tediosa? Não se pode mais negar a globalização e as novas

formas de mídias, e seus formatos. Com muita criatividade pode-se apropriar de conteúdos e formas transmitidos próximos das expectativas prazerosas de alunos (Fig.8), turistas e público em geral, como pode ser verificado na citação de Goodey:

“Para realizar tal trabalho precisamos compreender os processos que levaram as cidades a serem o que são hoje. Não é preciso que este seja um assunto árido, ensinado a partir de livros, pois os elementos estão todos à nossa volta. Só precisamos de nossos olhos para enxergá-los, ou seja, precisamos reaprender a olhar as cidades” (2002, p.77)

Com certeza a percepção é um instrumento sensibilizador de muita eficácia para a vida. Ela pode ser estimulada, contudo seu estímulo é mais eficaz quando feito de forma prazerosa, aproveitando acessos rotineiros e aceitos pela sociedade atual.

3.1.3 O exercício da percepção na cidade

Não é raro entrar numa cidade desconhecida e ficar sem referencial de onde ir, o que encontrar, que mundo é este, quem o habita, como explorá-lo e onde se informar. Pode-se partir de vários princípios, porém sempre a grande aliada de um turista, de um aluno ou de qualquer cidadão é a sua percepção. Saber se orientar implica um exercício de pistas e lógica. Tudo o que está ao seu redor é uma pista em potencial do que existe, do que existiu e provavelmente do que restará. Adivinhação? Não, percepção é a palavra, pois, ao encontrar um setor histórico mal cuidado, marginalizado, sem respeito com seu patrimônio, isso delata a brevidade dessa realidade quanto à sua manutenção.

Provavelmente num tempo futuro quando a cidade for visitada novamente, muito de sua memória terá sido apagada e, com isso, suas referências e o possível interesse turístico que poderia ter sido aproveitado de maneira satisfatória. Mas se alguém entra numa cidade qualquer, deve lembrar que essa cidade tem um mapa, tem ruas, praças, igrejas, serviços públicos, comércio, tem áreas de acesso, rodoviárias, áreas de lazer, de alimentação, de transporte, sinalizações, enfim, os principais serviços são possíveis de serem encontrados na maioria das localidades.

Pistas como a pavimentação das ruas, pode denunciar a idade da cidade, as ruas geralmente têm personagens ou fatos nominando-as, muitos deles personagens da própria cultura local. No entorno da praça geralmente encontram-se os principais serviços, e pode ser a grande fonte de informação turística, seja em

quiosques apropriados, comércio ou taxistas que sempre conhecem muito bem a cidade. Os quiosques especializados em informações turísticas nem sempre existem, somente em cidades de maior tradição no turismo. A igreja também pode denunciar muitos aspectos da cidade e seu povo, o estilo da igreja pode ajudar a situar o local no tempo, sua economia e sua religiosidade.

O planejamento de suas vias públicas pode mostrar o grau de desenvolvimento das cidades, e seu processo urbanístico. Uma cidade antiga dificilmente possui um planejamento de bairros, com quadras regulares e materiais e técnicas construtivas modernas. Pode-se perceber a economia da cidade, o que gera divisas, o comércio especializado, a fé, a indústria, os setores industriais. Outro aspecto que pode ser percebido é o ritmo das pessoas, suas movimentações, suas rotinas, seus hábitos, vestimenta, os signos que são encontrados nas edificações podem delatar etnias, costumes, valores, gostos e simbologias, como escreve Lipe (1997, p.90)

“Cuando los objetos materiales se utilizan como símbolos, la información cultural ya no necesita ser almacenada en su totalidad en los cerebros humanos, del manera que el depósito del información al alcance del grupo puede expandirse mucho más. Las culturas que progresan mediante la distribución de la información entre los individuos, los grupos y las cosas, sobreviven a los individuos concretos y aseguran la continuidad en el tiempo de los modos de vida, de forma que cada nuevo individuo y cada nueva generación no precisan empezar de cero para adquirir una base de conocimientos, aunque dentro de ciertos límites cada uno puede añadir o modificar alguna cosa en relación a lo que ha sido transmitido desde el pasado (apud Ballart, 1984, p.5)

Estimular o exercício da percepção é algo que deve ser repassado ao aluno e ao cidadão de forma constante, pois, perceber é um processo, que depende de constante estímulo, e a percepção é um instrumento de vida, e não apenas de identificação sígnica, sabe-se que é na vivência e na experimentação que surge a capacidade de sensibilizar o espectador com a realidade cultural que lhe é mostrada, como se verifica em Ballart (1997, p.98), “Es decir, que más allá de las palabras, los datos y los acontecimientos lo que hace falta es acercarse a las cosas hechas por los hombres y procurar identificarse con ellas de una manera emocional, abriendo la propia sensibilidad a la relación con el exterior”.

3.1.4 O setor histórico de uma cidade: educar para preservar

Como fora mencionado anteriormente, o setor histórico de uma cidade tem um importante papel no que se refere à identidade e memória de um povo, pois, ali é o início de tudo, o núcleo formador e multiplicador das vivências, valores, costumes e patrimônio realizado. Um dos objetivos deste estudo é contribuir com uma proposta de revitalização dos centros históricos das cidades, ao mesmo tempo que propor a educação patrimonial como o sustentáculo dessa revitalização, ou seja, não basta ativar serviços e produtos, sem contar com o comprometimento da população nesse sentido.

Verifica-se que as cidades crescem sem que haja um efetivo suporte mantenedor da identidade desse povo, que cresce órfão de valores, portanto acabam criando seus próprios valores, o que nem sempre caminha junto com a memória da cidade. Culturas de periferia surgindo e reivindicando suas necessidades através de atos de rebeldia, como pichações, violência, músicas e ritmos próprios, ou seja, a cidade cresce e gera sub culturas dentro de sua cultura formadora. Não se quer com este trabalho desqualificar tais manifestações ou novos nichos culturais emergentes, o que se pretende é preservar a referência da qual derivou tudo isso, ou seja, propor formas de compreensão acerca da cidade, sua origem, seu passado, gerando identidade e comprometimento em setores importantes desse núcleo, que são marginais a tudo isso.

O problema da informação e subsequente da formação do indivíduo, do cidadão, é o quesito inicial a ser abordado, pois, só se preserva e se valoriza aquilo que se conhece, e portanto se respeita. Como poder reivindicar ou preservar se a memória não existe? A educação patrimonial é de fato uma meta bastante importante de ser perseguida pelas autoridades, iniciativa privada e também por cada um dos cidadãos brasileiros. O patrimônio de uma cidade é parte do patrimônio de uma nação, e é no conjunto desse patrimônio, que se estabelece uma identidade nacional. O Brasil é um país rico de ritmos, costumes, folclore, arte e tradição, porém essa informação tem chegado a poucas pessoas, fazendo com que, tradicionalmente não se prestigiasse a cultura de seu povo, ou se estimulasse sua preservação.

No ano de 2000 o autor realizou uma viagem de estudos, junto com alunos de turismo, para a cidade de Ouro Preto, e nas visitas a igrejas e museus constatou-se

o caos, pessoas desabilitadas manipulando peças históricas, e muitas das peças estão sendo corroídas por cupim, ou seja, é o patrimônio nacional virando literalmente pó. Altares-mores de igrejas sendo corroídos pelo tempo e por insetos, peças barrocas insubstituíveis, sendo armazenadas de forma inapropriada. O que se conseguirá com tudo isso? Nada além de um país sem memória, um país sem referências, uma nação rica em criatividade, mas sem ter o que mostrar, o que ver, e principalmente, sem ter aquilo que os seus antepassados deixaram como legados e como recordação.

Há quatro anos lecionando para alunos graduandos de turismo é incrível constatar a falta de conhecimento, que os mesmos têm em relação à sua história. Para a maioria dos que ingressam numa faculdade de Turismo, o curso é visto como: viajar e se divertir, no máximo aprender procedimentos que viabilizem a viagem. Quando se fala em turismo cultural, geralmente vem o desânimo, pois, surge o jargão de visitar lugares velhos, em ruínas, sombrios e mal conservados, e é essa a realidade de muitas de nossas cidades, mesmo aquelas que são cartões postais, referências do Brasil no exterior.

O Rio de Janeiro, por exemplo, tem uma paisagem lindíssima e uma rica tradição cultural, porém, o que ainda vende são suas opções de lazer e diversão, como: praias, vida noturna, prostituição e belezas naturais. Quando se fala em Turismo Cultural no Rio, raras pessoas se interessam, pois, poucos têm uma leitura ou uma experiência bem sucedida com o chamado turismo cultural.

Está se falando de uma cidade que é berço da cultura brasileira, de uma cidade que recebeu os primeiros benefícios significativos da coroa portuguesa, em virtude da instalação da família real em 1808. Possui museus belíssimos, com obras importantes da nossa cultura. Igrejas curiosas e de estética privilegiada. Parques imponentes e em cada bairro do Rio há uma gama enorme de histórias, tradições, serviços e costumes que faz da cidade uma pérola em termos de turismo cultural.

Qual a dificuldade de se propagar tais valores? Tal freqüentação? O estímulo talvez seja a resposta, um estímulo que deveria partir de diversos segmentos da sociedade, como escolas, entidades organizadas, ONGS, associações de bairros, marketing da própria cidade, produtos e serviços especializados e com incentivos para o setor. O Rio é só um exemplo, mas em qualquer cidade o descaso é o mesmo. Acompanhou-se grupos em visitas às cidades históricas em Minas Gerais e, sempre havia uma parte significativa de pessoas no grupo, que preferiam nem

chegar perto das igrejas e museus, iam numa igreja e a justificativa era, “já conheci uma, as outras são todas iguais, não tenho vontade de ver, e nem de gastar dinheiro pagando para entrar em todas as igrejas”.

Por um certo lado há nexos neste discurso, pois, pagar para se ver a mesma coisa é falta de inteligência, e é exatamente isso que acabam vendo, “a mesma coisa”. Quem tem repertório para enxergar através de suas referências? Poucas pessoas, portanto, se a fruição não acontece, o estímulo também não acontece. A educação nesse caso é uma questão de motivação, de hábito e de vivência.

O outro fato é o pagar para entrar, num país que não oferece incentivo ao turismo, ou pouco oferece, a manutenção destes espaços é transferida para os cidadãos, que têm de pagar para que o patrimônio seja parcialmente mantido, mas pagam diversas vezes, seja na entrada cobrada, seja no imposto federal recolhido, seja no imposto estadual recolhido, seja no imposto municipal recolhido, seja em sobre-taxações como é o caso de imposto sobre hospedagens e outros serviços que são cobrados dos turistas em alguns locais, com a finalidade de serem reaplicados na manutenção e conservação do turismo local. Bem, não se quer com isso validar ou desqualificar tais impostos ou incentivos, pretende-se estimular a reflexão sobre tais posturas e questionar quais efetivamente são eficazes, necessários e realmente retornam ao turismo, já que o turismo é uma fonte importante de divisas, porém desde que tratado com respeito e coerência. A motivação da visita depende do tratamento aplicado a seus hóspedes.

Outro ponto fundamental a ser discutido é a questão da educação, pois, no ensino tradicional observa-se atitudes isoladas de escolas e professores no sentido de oferecer um olhar reflexivo e educativo ao aluno, referente ao seu patrimônio e cultura. Porém são insipientes e isolados.

Caso almeje-se um alavancamento turístico no Brasil de forma efetiva, há de se incentivar planos e ações ampliadas na questão da educação patrimonial, como aqueles oferecidos pela Inglaterra na década de setenta, que dez anos depois, trouxe um espetacular desenvolvimento ao setor turístico, mais especificamente ao turismo cultural. Não se fala somente em divisas, quando se aborda o turismo cultural, mas fala-se em cidadania, em otimização do que um povo lega, portanto, investir neste setor é investir no futuro, esperar alguns frutos no presente, mas a grande colheita será no futuro. Há de se ter coragem de desenvolver um plano a médio e longo prazo, o que no Brasil é um desafio bastante complicado, já que há

tradicionalmente postura de abandono de projetos e planos por governos de diferentes ideologias e partidos que se sucedem no poder. O Estado deve pensar na continuidade de seus programas, no país e no seu povo, e não em duelos políticos de alto custo operacional e moral.

3.2 EDUCAÇÃO E PROPOSTAS

A educação de vê antes de mais nada ter claro seu papel dentro da formação do indivíduo, e mais claro ainda a forma mais adequada de abordar e mediar o conhecimento para o aluno. Já se questiona há muito o método jesuítico de pedagogia tradicionalmente utilizado pela maioria das escolas. O decorar sem função, a informação dogmatizada e imposta como verdade absoluta, resquício de um neoplatonismo medieval e ultrapassado.

O homem de ser visto pela humanidade e não pelo indivíduo, como diz Lévy-Bruhl, “deve-se descrever não a humanidade através do homem, mas, ao contrário, o homem através da humanidade”(1926, p.15).

Como já fora mencionado, estreitos laços unem o turismo e a educação, seja na necessidade de propostas aplicáveis aos setores, seja na possibilidade de abordagem comum, através do princípio da motivação e prazer. São inúmeras as possibilidades de associação entre turismo e educação, entre elas pode ser citado: *walking tours*, *city tours*, *táxi tours*, atividades práticas direcionadas por disciplinas em praças, museus, galerias, ruas e empresas públicas e privadas, ciclo de palestras organizados por escolas, associações de bairro, associações de terceira idade, clubes e centros de tradição, exposições interativas com temas culturais, étnicos, artísticos, artesanais, sociais, históricos, religiosos, folclóricos e gastronômicos.

Além de sessões de vídeo, festivais de cinema, inventários temáticos, incentivo a produção de textos como de artigos, crônicas e contos, concertos musicais, interpretações cênicas e de dança. Destas atividades elencadas, Este trabalho objetiva aprofundar o WT, propondo-o como uma forma de educação patrimonial ao mesmo tempo em que incentivo a revitalização de setores históricos das cidades.

3.2.1 Aplicações pedagógicas do *Walking Tour*

Como o nome escolhido para o produto já diz, o *Walking Tour* é um trecho percorrido a pé, delimitado no roteiro e no tempo. Deve-se ter uma estimativa bastante precisa da duração do percurso, para que o grupo e o professor possam programar-se quanto aos seus horários e compromissos.

Qual a finalidade de se utilizar um produto turístico nas rotinas escolares? A resposta torna-se simples na medida em que atividades externas sempre são bem vindas entre estudantes de qualquer nível escolar, pois, o ambiente escolar gera uma rotina previsível e cansativa na maioria das vezes, fator este de evasão e falta às aulas dos discentes. Quando se programa uma atividade escolar externa, aos olhos dos alunos configura-se numa prática, e uma prática é um desafio bastante motivador. Imaginar a prática do *Walking Tour* aliada a atividades pedagógicas, pode ser um agente motivador de grande valia. Pensa-se numa aula de História, onde o tema seja cultura paranaense ou algo afim, pode-se programar toda uma dinâmica, envolvendo aulas teóricas onde o professor fornece argumentos e referências que serão buscadas ou ampliadas através do *Walking Tour*.

Para a preocupação pedagógica o professor, por questão de enfoque ou de custo, ou mesmo de acesso, pode reduzir o percurso da prática, a um local como uma praça, por exemplo (Fig.9), local este repleto de possibilidades quanto a informações e percepções oferecidas aos alunos. Numa praça (Fig.9), tem-se o nome do logradouro, as vias com seus respectivos nomes, muitas delas homenageando fatos históricos e personagens de diversas áreas de atuação, no entorno tem-se ainda edificações históricas, modernas, fatos ocorridos no local, eventos, esculturas públicas, murais, painéis, calçamentos, paisagismo, possibilidades de educação ambiental, de interferências quanto à manipulação do lixo, sinalizações, placas comemorativas, percepções de função do espaço público, de zoneamento e direcionamento, localização espacial, leitura e utilização de mapas, cidadania, preservação e conservação patrimonial.

Numa atividade dessa magnitude deve-se pensar no aluno como um eficiente veiculador de informação, quando se ensina e se proporciona uma vivência convincente ao aluno, certamente ele o propagará para outros meios de seu convívio, como núcleo familiar, amigos, trabalho entre outros possíveis.

É claro que está se propondo, até o momento, uma abordagem generalista ao uso do *Walking Tour* como um instrumento pedagógico. Quando se define claramente a clientela e faixa etária, bem como um objetivo pedagógico, as alterações devem ser feitas levando-se em conta os limites, as dinâmicas, as expectativas e possibilidades do grupo, para a partir daí redesenhar percursos, discurso, abordagens, materiais e ênfases do programa a ser apresentado.

4. WALKING TOUR: MODELOS E PROPOSTAS

O *Walking Tour* é assumido neste trabalho como uma prática capaz de estimular diversos segmentos educacionais e profissionais, que vão desde a educação de crianças, jovens, universitários, profissionais do turismo, do comércio, da educação e ligados ao patrimônio, até a terceira idade, segmento este bastante sensibilizado pelas propostas culturais, pois, a terceira idade, ou como se anuncia mais modernamente, a melhor idade, revela condições bastante favoráveis para as questões culturais, artísticas, de lazer e diversão. São pessoas que geralmente têm tempo livre, renda, estímulo familiar ou próprio e, demonstram maior interesse e respeito pelas necessidades patrimoniais, em relação à informação, à conduta, ao respeito às regras, e ainda possuem bom repertório para analisar e processar o que lhes é transmitido.

4.1 MODELOS DE WALKING TOUR

Serão apresentados na seqüência, propostas e modelos de *Walking Tour* (WT) em uso em diversos locais, com distintas finalidades, e a seguir o modelo elaborado pelo autor, em parceria com alunos do curso de Turismo e Hotelaria da UNIANDRADE PR, propondo um WT de um trecho do Setor Histórico de Curitiba, sendo que este modelo foi incorporado a um cd rom.

O WT pode apresentar diversas possibilidades, partindo-se do princípio de ser um percurso a pé, portanto de baixo custo, ou sem custo, para quem o proporciona, pode ser executado em ambientes abertos ou fechados, como o setor histórico de uma cidade ou um museu de arte. O trecho é pré-definido e seqüenciado, além do que, pode ser generalista quanto ao tema, ou específico. A ênfase do percurso deve ser definida e preparada previamente pelo seu autor, guia ou professor.

Tradicionalmente no setor turístico americano e europeu, as práticas dos WT são comuns e diversificam cada vez mais as possibilidades de apresentação de locais, saberes e lazer. Não é raro encontrar na Acrópole, em Atenas grupos de turistas conduzidos por guias, ao mesmo tempo em que professores conduzindo seus alunos em aulas práticas, alunos estes advindos de diversos locais e países.

Existem *sites* especializados na internet em roteiros turísticos, dentre os quais separados por modalidades, áreas ou nichos de mercado, onde o formato WT é bastante anunciado, recebendo muita procura por parte dos visitantes, dentre os quais podemos citar o *site* Info Hub Specialty Travel Guide (sic), como se verifica na página capturada abaixo.



Info Hub Specialty Travel Guide

[Home](#)

• **Categories**

- [Active Adventure](#)
- [Affinity](#)
- [Family](#)
- [History & Culture](#)
- [Hobby](#)
- [Nature & Wildlife](#)
- [Romance](#)
- [Soft Adventure](#)
- [Spiritual](#)
- [Sports](#)

• **Destination**

- [Africa](#)
- [Asia](#)
- [Australia](#)
- [Caribbean](#)
- [Central America](#)
- [Europe](#)
- [Middle East](#)
- [North America](#)
- [Oceania](#)
- [South America](#)

History & Culture Vacations

• Agricultural Tour	• Medicine
• Anthropology	• Military History
• Archeology/History	• Museum Tours
• Art History	• Music Tours
• Art/Architecture	• Native Americans
• Arts Festivals	• Opera
• Concert Tours	• Painting
• Cultural Expeditions	• Performing Arts
• Egyptology	• Study Tours
• Fashion Tours	• Tearoom Tours
• Film/Film History	• Textile Arts
• History Tours	• Theatre
• Language Study	• Winery Tours
• Literary Tours	• Writing Workshops

Featured Tour Operator




Comming soon !!!

You, me and the Last Emperor



What is it that you, me and the last Qing dynasty Emperor, Puyi, could all have in common? Absolute power at the age of two? Two wives for our sixteenth birthday? A flawed come-back in our thirties? Or maybe it's that now we can all be buried together.

A commercial cemetery is the latest addition to the impressive Western Qing tombs. Having arranged for the relocation of Emperor Puyi's ashes to this newly opened cemetery, Hong Kong entrepreneur Zhang Shiyi is now selling burial lots in this fengshui-enhanced vicinity. [[Full story](#)]

[Company](#)  [Become an affiliate](#)  [Tour operator program](#)  [Travel agent program](#) 
[Contact](#)

Cidades freqüentemente desenvolvem este modelo para ser oferecido para turistas, como é caso por exemplo da cidade de Salida, no estado americano do Colorado, que disponibiliza um WT para seus visitantes, inclusive de se poder dispor do trecho, e sua história via internet, imprimir mapas e visualizar imagens, ou seja há o WT transformado em *tour* virtual. A partir desse produto elaborado e desenvolvido, o formato e a forma de aplicação vai depender do interesse e desejo de seu idealizador, pode ser visto como um serviço público, ou como um produto privado, elaborado e aplicado por guias de turismo e professores.

O *CD ROM* é outra forma de divulgar ou distribuir o WT. Porém em todos estas formas de apresentação do WT, nenhuma substitui o passeio real, com o guia de turismo, ou professor, pois se o grande atrativo é a sensibilização através da

imagem, informação e recursos dramáticos, o que pode ser mais sensibilizador do que a experiência real? Técnicas dramáticas, aliadas a recursos didáticos, é a grande receita do turismo, assim como também é a magia do professor. Muito dificilmente as mídias eletrônicas substituirão a experiência do real, elas assumem o papel de ferramentas importantes para o processo todo do WT, porém o guia de turismo e o professor continuam sendo os protagonistas.

Muitos guias de turismo oferecem seus serviços tendo no WT seu veículo, como é o caso de Jay Gifford – <http://www.sftravel.com/walk.html>, guia de turismo da cidade de São Francisco, Califórnia, EUA, que através de um passeio de duas horas e meia oportuniza aos turistas um olhar sobre a cidade, o guia possui infra-estrutura necessária para seus clientes durante o percurso a pé, oferece ainda trechos alternativos como complementação do percurso, caso haja interesse, seus serviços saem diariamente às onze horas da manhã, do hotel Saint Francis. O percurso escolhido tem apelo turístico, portanto, inclui áreas comerciais, restaurantes, e demais serviços. Existem parcerias com outros comerciantes, que oferecem seus produtos e serviços, levando-se em consideração a clientela em questão, segue abaixo a *home page* de Gifford capturada.

San Francisco's Best Walking Tour



□

Jay Gifford puts on the best walking tour of San Francisco for only \$20. He works with small groups and uses no tour buses. The

elimination of tour buses allows for visits to many neighborhoods that ban tour buses due to their noise and obnoxiousness.

The 2.5 hour tour focuses on [Pacific Heights](#), but includes Union Street with its great cafe's and shopping, [North Beach](#), and back to the central pick-up and drop-off of [Union Square](#) where many travelers stay.

[Jay's](#) biggest advantage is his willingness to work with small groups and structure the tour to the walkers' needs. He'll stop for a bite to eat or coffee and has a great knowledge of history and architecture. After living in San Francisco for twenty years, he really knows the town.

The tour goes through a Queen Anne style Victorian and includes a walk by the homes where **"Mrs. Doubtfire"** and **"Party of Five"** were filmed. Jay loves to give sightseeing advice especially on the best Victorian styled (SF Underground approved) shopping areas. Tours start 365 days per year at 11 a.m. leaving from the Saint Francis' hotel lobby. If your own group includes four or more people, Jay can start at an alternate time to meet your needs. Jay's a member of the SF Visitor Bureau and his tours were featured on NBC's Nightside program.

D.A. had a great time in July 1999, "Jay Gifford's Victorian Home Walk was a highlight of my trip. □ Yes, it is worth the money! □ He is engaging, patient, and a wealth of information. □ His angle is that he takes you to areas with hidden jewels that are less traveled by "the masses", and he delivers on that promise. □ He welcomes questions and seems to relish in sharing his love of the city with others. □ He points out things that one would not normally notice (the buses that are electric), and he appears to move at his group's pace instead of being a "stopwatch hound". □ Before he wrapped up, he took the time to help each person plot the best way to get to their next destination. □ What most impressed me--we all reached for our wallets when he arrived, but he deferred; he doesn't collect until the end of the 2-hour walk. □ A touch of class and a sign that he is truly into to providing a service and not in it just to take your money. □"

S.E. raves in September 1997, "Victorian Walking Tour - what can I say, one of the highlights of my trip. Jay is great, had a really fun time."

Check out the certified BEST Underground walking tour in San Francisco right [here](#)...Or you can just call Jay at 415-252-9485 or e-mail him at jay@victorianwalk.com with this link-- [E-mail Jay!](#)

WHATODO tour



reviews just about anything in San Francisco...

O Guia de Turismo em contrapartida recebe algum tipo de ressarcimento, que pode ser em espécie ou serviço. Este tipo de WT, não se refere ao oferecido por Gifford especificamente, é bastante comum em algumas regiões do mundo, porém, o que se propõe é não se transformar um recurso tão eficaz como o WT num mero comércio, com isso, não se pretende desqualificar o poder comercial do WT, mas também, pensar e agir de forma reducionista é no mínimo ineficiente e descabido num mundo globalizado e de exigências mais abrangentes.

Cidades históricas como Roma, por exemplo, possuem iniciativas de governo e particulares no sentido de oferecer produtos especializados (WT) para os mais distintos segmentos e áreas de interesse que a cidade gera, desde sua arquitetura, história, religião, usos e costumes, compras, museus, arte, música, diversão e lazer. Pode-se ter uma idéia acessando o *site* Itinerary – <http://www.roma2000.it/zvisite.html> - onde é possível conhecer e contratar seis roteiros de WT em Roma, como se pode verificar na página abaixo.



The six proposed tours give an overall view of the city through the evolution of its monuments and art-works. For further information on a complete coverage of the sights, see more detailed guides. The beginning and end points of the tours are located at metro or bus terminals. Rome offers a wide variety of art-works. For a very short stay in the city we recommend the tour on ATAC bus 110 followed by the walking tour of your choice. Don't miss the view of the city from one of the many scenic view-points: St. Peter's dome, the Janiculum, the Pincio, the Aventino from where you can see the whole city, with the Tiber,

the monuments, the domes and church towers which make it as the latin used to say, "the urbe (city) by definition".

<u>Tour 1</u>	<u>Tour 2</u>	<u>Tour 3</u>
Piazza Venezia	Piazza del Popolo	Piazza di Spagna
Campidoglio	Pantheon	Via Condotti
Bocca della Verità	Piazza Navona	Piazza Colonna
Portico d'Ottavia	Via Giulia	Fontana di Trevi
Isola Tiberina	Piazza Farnese	Quirinale
Piazza Sonnino	Campo de' Fiori	Piazza Barberini
	Largo Argentina	Piazza della Repubblica
<u>Tour 4</u>	<u>Tour 5</u>	<u>Tour 6</u>
San Giovanni	Via Ottaviano	S.Giovanni
San Clemente	San Pietro	S.M.Maggiore
Villa Celimontana	Vaticano	S.Pietro
Circo Massimo	Castel Sant'Angelo	S.Paolo f.M.
Aventino	Coronari	
Piramide	P.za S. Eustacchio	
San Paolo	Largo Argentina	
Piazzale Ostiense		

Sem contar os WT realizados dentro de áreas fechadas como o Foro Romano, por exemplo, guias especializados, oferecem seus serviços no local. Países que já tem bastante experiência no turismo, tiveram a percepção de enxergar no WT um grande recurso, e por conta disto, criaram quiosques de informações turísticas, onde nos próprios quiosques funcionam centrais de contratação destes guias de turismo, muitas vezes nas bilheterias, ou acessos de lugares turísticos, já existem guias cadastrados ou contratados, políglotas, para turistas que precisarem ou interessarem-se pelos tours. O WT é consumido rotineiramente, pois, cria-se bons produtos e estimula-se seu uso através da educação e da tradição. O WT passa a ser um agregado cultural respaldado pelo turismo e pela educação, com incentivo de empresas e órgãos governamentais.

Mais do que se utilizar do WT como um recurso turístico ou pedagógico, deve-se pensar na sua finalidade, e quando se pondera seus fins, percebe-se que para cada clientela, há de se ter um WT adaptado na forma, linguagem e objetivo de seu público. Como diz Knafo (1996, p.62-74) faz-se necessário reconhecer que os lugares turísticos são inventados culturalmente e que, da mesma forma, o são os atrativos turísticos e as paisagens turísticas. O WT é rico neste sentido, pois ao

mesmo tempo em que as informações esperam para serem transmitidas a ansiosos e curiosos clientes, o mercado em contra partida ainda é bem carente de profissionais capazes de inventar produtos turísticos, lugares turísticos e atrativos, baseado em conhecimento sério, fundamentado em bons autores e instigante ao mesmo tempo.

Para se trabalhar com o WT deve-se possuir algumas habilidades e condições, que são: gostar de ler, ser curioso, boa postura pessoal, didática, saber formatar idéias e projetos, saber utilizar-se de ferramentas como redatores de texto e internet, ter facilidade de estabelecer parcerias, gostar de história, geografia, sociologia, artes e educação, apresentar boa oratória caso pretenda ser o guia ou professor, porém pode-se trabalhar com desenvolvimento e pesquisa de WT. O WT pode ser disponibilizado de diversas formas, capaz de atender necessidades das mais distintas clientelas, desde aquela pessoa que gosta de um guia acompanhando e indicando fatos e lugares, até mesmo aquele que prefere conhecer sozinho, mas precisa de algo que possa facilitar e enriquecer seu percurso, pois o WT pode receber formatos como *folders* ilustrativos, guias eletrônicos, *cd rom*, ser disponibilizados em internet, guias de viagem, e *links* de agências e operadoras que oferecem o WT como forma complementar e de valorização de seus roteiros.

A tecnologia é uma grande aliada no que se refere à popularização do WT, é sua grande parceira, pois o WT é acima de tudo uma forma de levar boa informação, limitada por áreas de interesse ou por assunto, de forma agradável, concisa e eficaz, capaz de atender nichos dos mais diversos.

Atualmente constata-se pela proliferação dos guias e manuais de viagem, a crescente busca de saberes pelas pessoas que procuram aliar ganhos em suas viagens, ganhos de conhecimento, de negócios, de lazer, de saúde, de compras, enfim, poucos viajam só a lazer. A modernidade, se por um lado diversifica serviços e mercados, por outro requer que as pessoas não percam tempo. O tempo e sua otimização são as grandes buscas do homem moderno. Conhecer Paris é ótimo, porém, quando se viaja, a maioria das pessoas vai atrás de informações prévias acerca do local a ser visitado. É o tempo sendo otimizado na viagem. Os roteiros são pré-selecionados com antecedência no sentido de conhecer mais em menos tempo.

Nesse momento o WT pode ser encarado como um potencializador das necessidades e expectativas do homem moderno, na medida em que seleciona o melhor de cada local e tema, transmitindo de forma prazerosa e curiosa àqueles que

buscam novas descobertas. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), "o turismo é uma modalidade de deslocamento espacial, que envolve a utilização de algum meio de transporte e ao menos um pernoite no destino", esse deslocamento pode se motivado por razões como: lazer, saúde, negócios, eventos, educação e diversão. Com essa definição percebe-se que o WT pode ser um agente promotor do turismo, mas também ser incluído como um serviço dentre outros utilizados pelo turismo. Frente a isso infere-se quanto ao potencial e manuseio dos núcleos urbanos pelo turismo, e mais ampliamente pela educação, pois, não é prudente separar educação de turismo quando se pensa na questão do planejamento do potencial urbano.

Em relação à apropriação dos núcleos urbanos por parte do turismo Cruz (p.16, 2001) diz que tais núcleos podem ser incorporados naturalmente pelas atividades turísticas por terem suas características valorizadas espontaneamente, ou podem receber estímulos sociais, culturais e de infra-estrutura, por parte de governo e iniciativa privada, para que possam induzir a atividade turística. E é nesta forma de incentivo que o WT pode contribuir largamente, pois, sendo um produto capaz de agregar fim turístico e pedagógico, é também capaz de atrair ou despertar o interesse das pessoas, construindo olhares que transfiguram o banal, o óbvio, olhares capazes de reafirmar valores de um povo, de uma cidade, sua forma de pensamento, suas rotinas e sua história.

Deve-se considerar que os códigos de uma cidade se categorizam, sob o olhar do WT, em duas possibilidades, a primeira é aquilo que é comum a todos, a segunda é aquilo em que todos são partes interessadas, isto é significativo no sentido de estruturação do WT como produto, como interesse construído a partir de um tema, e para clientelas específicas. Não se impede contudo, que ao se projetar um WT não se possa especializar-se em algum assunto ou tema específico a partir de uma estrutura básica, um corpo de WT que norteie seus idealizadores estruturalmente e a ele possa ser agregado valores e linguagens diversas.

Esta forma de pensar o WT pode ampliá-lo enormemente, como por exemplo, se por um lado o WT em áreas urbanas é bem expressivo, tem-se a possibilidade, por outro lado, de aplicá-lo à áreas naturais, como trilhas, cavernas e *canions*. Exemplo disto pode ser encontrado em diversos locais no Brasil e exterior.

No Brasil por exemplo, através do *site* Pantanal - <http://www.ecology.com.br/pantanal%20English.htm>, neste *site* é oferecido cinco dias de WT em área natural no Pantanal.

4.2 CONCEITO E ORIGEM

O *Walking Tour* é uma palavra de origem inglesa, de uso internacional, capaz de exprimir a idéia do passeio a pé de forma a deixá-lo com um caráter de produto, um neologismo cada vez mais institucionalizado nacionalmente. Devido ao teor comercial e técnico do trabalho, o autor prefere a terminologia inglesa, apesar de se ter outras formas denominativas em português, entre elas: passeio, roteiro, percurso, trecho, trilha e visita.

Levando-se em consideração que deve ser feito a pé, podem receber nomes com apelos específicos oferecidos pelo mercado, como: “Paris dos Impressionistas”, “Igrejas Barrocas de Ouro Preto”, “Rota do Ouro”, “Cidade Revelada”, entre outros.

No intuito de uma formatação de produto a ser utilizado comercialmente ou para aplicações pedagógicas, algumas preocupações devem ser atribuídas ao produto *Walking Tour*, onde através de sua prática o autor define critérios e passos de um WT, que são:

- Ser percorrido a pé
- Ter um trecho pré-delimitado e identificado num mapa (Fig.4)
- Ser significativo para a finalidade do grupo quanto à escolha do percurso e seus atrativos
- Ter um inventário do trecho, onde serão levantados itens como (Fig.6,7,8,9):
 - Tema
 - Região identificada no mapa
 - Fazer uma breve pesquisa referente à cidade em si
 - Pesquisa das fachadas arquitetônicas
 - Pesquisa de logradouros e vias públicas
 - Pesquisa de símbolos
 - Elementos expressivos e códigos culturais que o trecho possua
 - Personagens e fatos que nominam vias, logradouros e edificações
 - Levantar datas importantes que sirvam de referência ao percurso

- Pesquisar festas e eventos que tenham ligação ao percurso
- Regras e condutas quanto a proteção e preservação do local (tombamentos)
- Serviços e produtos oferecidos no percurso, com aprofundamento na pesquisa dos que forem significativos ou potencialmente significativos, como universidades, bares tradicionais, cinemas, pontos de encontro, centros de informação.
- Pesquisar fatos importantes e curiosos que aconteceram, ou acontecem no percurso
- Levantar problemas e deficiências do percurso, para posterior argumento quanto à educação patrimonial
- Pensar e elaborar possibilidades de abordagem para o trecho, levando-se em conta os diferentes nichos de mercado
- Pensar dinâmicas e interatividades que possam ocorrer no percurso
- Investigar a questão da segurança no percurso
- Propor segmentações e sub trechos para o percurso
- Levantar o tempo necessário para perfazer o trecho, bem como possibilidades de ampliar ou reduzir o mesmo
- Desenvolver material impresso de qualidade e motivador para o fim que o percurso se propõe, se é como produto turístico pensar na clientela a que se destina e adaptar a linguagem do material, bem como do discurso do guia, caso seja para fim pedagógico, desenvolver plano de aula
- Definir regras claras de conduta do grupo e de ação do monitor, guia ou professor
- Levantar serviços especiais ao grupo, como localização de banheiros, alimentação, compras e contato com o responsável
- Ter claro o custo e o material que deve ser levado pelo grupo
- Orientar o grupo quanto aos cuidados que devem ter no percurso, bem como trajes adequados
- Ter o registro do trabalho através de relatórios e imagens
- Proporcionar uma forma de contato posterior com o grupo, caso sejam turista, como cartões pessoais, *home page*, telefones, *folders*, mapas,

ou produtos oferecidos ou a serem vendidos como *cd rom*, *souvenirs*, fotos, livros, catálogos entre outros

A pesquisa vem de uma prática já adotada e implantada pelo autor em suas aulas de História da Arte, como forma de contextualizar conceitos e teorias ministradas aos alunos de diversos níveis de escolarização, aos quais fora oferecido a disciplina de História da Arte. O *Walking Tour* foi dessa forma uma ferramenta pedagógica que se mostrou bastante eficaz quanto à satisfação dos alunos e fixação dos conteúdos, pois, a disciplina deixa de ser apenas uma teoria e passa a ter sua aplicação no cotidiano e muitas vezes no futuro profissional destes alunos. O mais peculiar que fora observado foi que antes da possível percepção profissional que o conteúdo desencadeava, houve uma significativa percepção do indivíduo como cidadão. Através da vivência proporcionada pelo WT, o aluno pode experimentar um novo olhar sobre a cidade em que vive e da qual muitas vezes não tinha boa compreensão. Um universo abre-se aos olhos do aluno e turistas e galerias tornam-se vitrines da história, ruínas ganham importância como fato, como história e por conseguinte, como memória.

A partir deste roteiro proposto, foi desenvolvida uma prática com alunos e professores sobre um tema pré-definido. O WT desenvolvido foi sobre o Setor Histórico da Cidade de Curitiba, certamente de caráter revelador da cidade e instigador da curiosidade daqueles que dele participaram, bem como dos que posteriormente tiveram contato com o *cd rom* produzido.

4.3 WALKING TOUR PELO SETOR HISTÓRICO DE CURITIBA

O modelo de *Walking Tour* apresentado a seguir foi desenvolvido pelo professor e artista plástico Elton José da Silveira, organizador e responsável pela pesquisa, conteúdo e conceito deste *Walking Tour*, e pela professora e arquiteta Gisele Pinna Braga, responsável pela criação e operacionalização da mídia, bem como de seu processo gráfico, ainda participaram do trabalho as alunas Andrea Brusamolin, Sílvia C. Xavier e Simone Lemanczyk, como forma de iniciação científica das alunas formandas do curso de Turismo e Hotelaria/2003 – UNIANDRADE PR .

4.3.1 Projeto: delimitação e abordagem

O WT desenvolvido para o setor histórico de Curitiba, teve como proposta traçar um roteiro dentro do setor histórico da cidade, que fosse significativo para a História, Arquitetura, monumentos e logradouros importantes. Nos quais foram feitos inventário, seguido de pesquisa item a item dos espaços, logradouros, edificações, História e fatos curiosos que marcaram o trecho selecionado. Considerou-se o fator prazer ao se pensar o WT como uma ferramenta turística e pedagógica, pois, o prazer traz a motivação e conseqüentemente o interesse ao assunto. Além da mídia inicial ser estabelecida como sendo o *cd rom*, projetou-se outras possibilidades de veiculação e armazenamento da pesquisa, entre elas: *home page*, livros, cd gravado para monitorias eletrônicas, *folders* e publicações de bolso, além da possibilidade de criação de materiais paradidáticos como recurso a guias e professores, porém tais mídias ficaram reservadas como potenciais a serem desenvolvidas na seqüência, caso haja interesse na continuidade da pesquisa.

4.3.2 O CD ROM

Foi reunida uma equipe multidisciplinar de uma universidade em Curitiba, para uma iniciação científica, onde dois professores, sendo uma arquiteta e um artista plástico, bem como três alunas do quarto ano de Turismo e Hotelaria. Iniciou-se um projeto de levantamento patrimonial, monumentos e vias públicas do Setor Histórico de Curitiba, com a finalidade de registro, educação e posterior veiculação de tais informações que foram reunidas em um *cd rom*, o qual será detalhado, no anexo, como proposta prática do uso do WT .

A discussão se estabelece, trazendo à tona questionamentos quanto à dimensão e às delimitações importantes para que se concretizasse o trabalho. Num primeiro momento a falta de um direcionamento claro passa a tomar conta da equipe, pois, reunir pesquisadores de áreas distintas num mesmo trabalho, se por um lado traz a possibilidade de uma riqueza de informações, por outro traz a

dificuldade de organização da informação gerada, e portanto, surge a necessidade de um método capaz de organizar e definir o objetivo do trabalho em questão.

Nas diversas reuniões realizadas pelo grupo, fora estabelecido que deveria ser delimitado um trecho significativo da cidade, que contivesse prédios e monumentos de interesse cultural, porém, que configurasse um percurso com início, meio e fim, podendo dessa forma ser estipulado um cronograma de pesquisa a ser cumprido. O segundo ponto de discussão, delimitado o trecho, era com qual finalidade a pesquisa seria realizada e, para isso, deveria ser definida a clientela à qual o trabalho pudesse ser aplicado, para tal, foi considerado a formação e os objetivos profissionais dos pesquisadores.

Chega-se à conclusão, que dado as necessidades do grupo, deveria ser privilegiado o caráter interdisciplinar, com ênfase ao Turismo, Arquitetura e Educação. O passo seguinte foi produzir textos que pudessem ser aproveitados principalmente nessas áreas, mas faltava definir, o que realmente estava sendo feito.

Começa a partir de então uma terceira fase do trabalho, onde se acrescentam propostas para corrigirem conteúdos que não seriam suficientes na aplicação prática do trabalho, tais como: não seria um *city tour*, pois, como o próprio nome já diz um “passeio pela cidade” é algo muito amplo e, por si só, não dá a idéia do limite pré-definido. Um roteiro a pé aproxima-se, porém não se define como um percurso pré-selecionado e com um objetivo previamente estabelecido, onde inclusive a ênfase do percurso é determinada.

A partir daí surge a denominação - *Walking Tour* - que é habitualmente utilizado em diversos países como um termo que encerra na idéia um pacote fechado e específico, onde pode-se escolher o percurso que se pretende, podendo ser desde um reconhecimento de parte da história, um trecho de visita à galerias de arte e museus e até mesmo como um percurso de finalidade comercial. O *WT* numa cidade como Brusque, por exemplo, poderia ser pensado num modelo comercial, cuja finalidade seria facilitar, incrementar e promover o comércio da cidade.

O termo *Walking Tour*, neste trabalho vem como uma proposta para se realizar e identificar uma ferramenta ou produto específico, porém, outras denominações poderão ser incorporadas e adaptadas conforme o objetivo em

questão, por exemplo, frases promocionais como: “Roteiro das Artes”, “Cidade Revelada”, “Paris dos Impressionistas”, dentre outras possíveis.

Através da pesquisa de mapas (Fig.1,2,3,4) e percursos, faz-se posterior traçado inicial do roteiro no mapa, podendo-se verificar o universo a ser pesquisado, bem como estimar a duração e possíveis problemas que o percurso possa apresentar. Para isso sugere-se que o professor ou guia perfaça previamente o percurso para poder estimar o tempo da caminhada, bem como levantar possíveis pontos de interesse no trajeto, desta forma pode-se estimar o tempo de parada em cada local e o tempo necessário para que o WT se realize.

Durante a elaboração do WT pode-se sub segmentar trechos (fig.4) de interesse para aulas mais curtas, ou informações específicas, dessa forma atendendo com mais qualidade e eficácia diferentes nichos de mercado. A primeira fase foi procurar um mapa do centro da cidade, depois delimitar o setor histórico neste mapa, logo em seguida traçar o percurso de interesse, levando-se em consideração o potencial que o percurso agrega, depois passou-se a desenvolver o *cd rom*, sua *front page* (fig.5) e suas páginas mostrando patrimônios, logradouros e suas informações de interesse ao público em geral.

Os mapas são mostrados de forma evolutiva, de acordo com a delimitação do trabalho, desde o processo de escolha do limite do mapa a ser mostrado (Fig.1), até seu tratamento de imagens e escolha de cor para identificar os logradouros e patrimônios (Fig.2 e 3), sendo que a fig. 5 é a imagem da página principal do *cd rom*, onde pode-se verificar que o trecho é dividido em patrimônios e logradouros, nos círculos amarelos e salmão respectivamente. Clicando com o mouse em patrimônio pode-se verificar uma relação de todos os patrimônios selecionados no percurso do WT, o mesmo ocorrerá se clicar sobre o ícone logradouros.

O *cd rom* funciona da seguinte maneira, passando o mouse sobre os círculos amarelos e salmão, automaticamente quando o mouse passa sobre cada círculo, abre-se no canto superior direito da tela, a denominação ou sigla do patrimônio ou logradouro, bem como sua imagem. Caso a pessoa queira saber algo mais sobre o patrimônio ou logradouro, basta clicar sobre o círculo no mapa, que se abre outra página constando imagem e breve texto sobre o item. Assim perfazendo o roteiro do WT, que vai da Câmara de Vereadores de Curitiba até o MAP (Museu de Arte do Paraná).

4.4 FIGURAS

- Os mapas

Fig. 1



Fig. 2

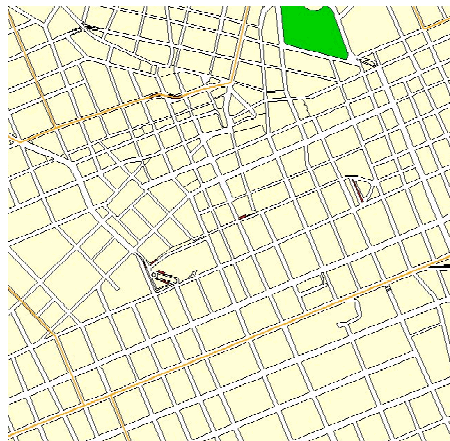


Fig. 3

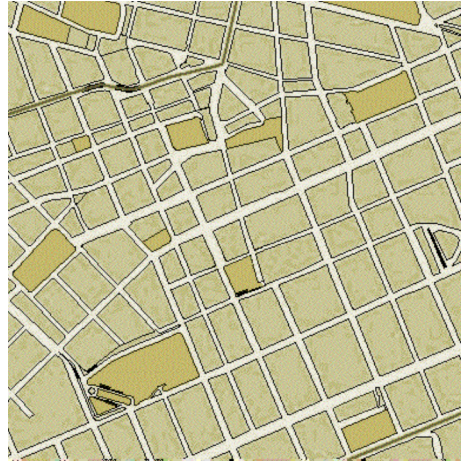


Fig. 4



Fig. 5



- Patrimônio e logradouro

Fig.6



UFPR- Universidade Federal do Paraná

Localização: Praça Santos Andrade, nº 50

Fundada em 1912, com sede na Rua Comendador Araújo, seu primeiro Reitor foi Victor Ferreira do Amaral e Silva. Posteriormente transferida para a Praça Santos Andrade em 1919 ocupando o prédio central da praça que apresenta estilo arquitetônico neoclássico, hoje tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Paraná. A UFPR foi federalizada apenas em 1950 pela lei nº 1254.

Passou por algumas reformas e no ano de 2001 o prédio foi eleito, através de votação popular, símbolo da capital paranaense.

: voltar :

Fig.7





Rua Dr. Muricy

José Candido da Silva Muricy, nasceu em 1863, Curitiba. Em 1894. Tomou parte no memorável combate em defesa da Ilha de Florianópolis, não aceitando mais tarde liderar a invasão do Paraná a Santa Catarina. A rua Dr. Muricy, em 1905, recebia a denominação de Rua da Assembléia e era um caminho de barro onde cabras passeavam tranquilas por ela. Tinha seu início na Rua da Democracia, (hoje Rua Visconde de Guarapuava), e terminava no Largo Dr. Faria, (hoje Praça Garibaldi). Muitas famílias importantes moravam no local. Por alguns anos a parte alta da rua gozava de má fama por estarem instaladas ali algumas casas das ditas mulheres de vida fácil, sendo a

mais famosa a da francesa Madame Ginet. Daquele tempo resta ainda o Torreão da antiga residência da família José Hauer Senior, doado às freiras do atual Colégio Divina Providência. O restante o progresso engoliu. Conserva ainda sua importância como ligação do setor histórico e a parte sul do centro da cidade, sendo uma rua congestionada com o tráfego de veículos que tomaram o lugar das tranquilas cabritas.

: voltar :

Fig.8





Ruínas São Francisco e Belvedere

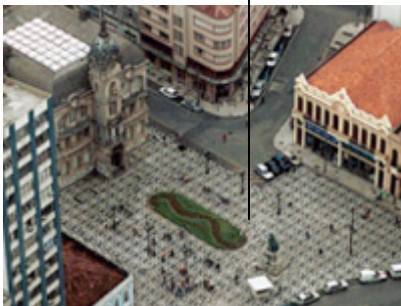
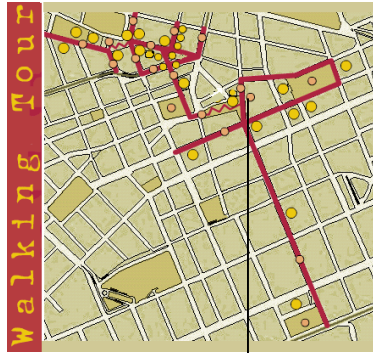
Localização:
Praça João Cândido

No século XVIII, os franciscanos iniciaram a construção do seu convento, mas não o concluíram. Ainda hoje, restam ruínas de algumas paredes de alvenaria de pedra. Devido precariedade do seu estado físico, o então prefeito, engenheiro Cândido de Abreu, resolveu demoli-la, e construir no local um Belvedere. Inaugurado em 1915, em arquitetura art nouveau. Após permanecer sem uso por alguns anos, foi cedido à União Cívica Feminina. Entre as ruínas, implantou anfiteatro, com assentos em alvenaria de tijolo. O aspecto mais importante do Belvedere, é a

solução plástica
que transmite, com
graça e equilíbrio,
o traço art
nouveau,
principalmente na
composição das
varandas, na forma
dos vãos e no
desenho fitomorfo
dos ornamentos,
em massa,
ressaltados nos
paramentos da
fachada e nos
guarda-corpos
recortados em
madeira. O gradil
colocado em volta
do “Belvedere”, por
motivos de
segurança,
prejudica
apreciação de sua
arquitetura

: voltar :

Fig.9



Praça Generoso Marques

Dr. Gêneros Marques, (1844-1928 Curitiba) bacharel em Direito, exerceu os cargos de Deputado Provincial, Segundo Vice-Presidente da Província, Inspetor Geral da Instrução Pública e Presidente do Estado, sempre exercendo a advocacia. Jornalista ilustre fundou o jornal "A Reforma" em 1881. Esta Praça ocupava o espaço entre a Praça Tiradentes e a Rua Riachuelo. No século XVIII tinha um aspecto desolador pela proximidade com os fundos da cadeia e as águas estagnadas que passavam pelo local, afastando transeuntes e moradores. Passa a ser habitada ao recebe o mercado público em 1874 com o saneamento das águas,

: voltar

transformando-se em local barulhento e agitado pelo movimento de carroças e vendedor. Em 1913 o mercado foi transferido para outro local por interesse do então prefeito Cândido de Abreu em construir ali uma sede permanente para o Governo Municipal. Iniciada em 1914 e concluída em 1916 o belo prédio que hoje abriga o Museu Paranaense, mudou a aparência da Praça, cujos ocupantes passaram a ser menos barulhentos e mais elegantes valorizando o comércio do local. Construções coloniais deram lugar a modernos sobrados com estilo arquitetônico da época, formando um conjunto harmônico ocupados então por imigrantes árabes que permanecem em sua maioria até hoje, vendendo tecidos e armarinhos, é conhecida como “Turquia Curitibana” sendo forte no local a presença do sotaque e a língua árabe. A Praça

ostenta a estátua do grande brasileiro Barão do Rio Branco. A praça denominava-se Largo da Cadeia e Praça do Mercado.

5 CONCLUSÃO

A idéia geradora dessa dissertação, vem sendo experienciada por alunos e turistas durante quatorze anos, período no qual o roteiro passou por mudanças de enfoque e conteúdo. A adaptação à clientela à qual era apresentado o WT, era o que realmente fazia do passeio uma experiência singular, o limite entre o penoso *tour* tradicional e uma viagem ao âmago de um povo. Revisitar conceitos, valores, produções e fruições humanas torna-se possível dessa forma, onde o WT é a ferramenta e o ser humano continua sendo seu grande conceitor e condutor.

Participar do processo de crescimento de uma cidade ou país é uma condição que nenhum cidadão escapa, ou pode abrir mão, seja pela ação participativa ou pela exclusão, portanto, deve conhecer e valorizar sua cultura, sua cidade e seu patrimônio, entenda-se qualquer forma de patrimônio, aquele tombado ou aquele que resiste, o material e o imaterial, o lucrativo ou o ignorado, aquele que faz sorrir e o que faz pensar, o que se compreende ou o que não se tem acesso, o que se mede pela grandeza física ou pelo valor moral, enfim, todo o patrimônio de um povo deve ser valorizado, divulgado, motivado, e também utilizado, não se pretende congelar lugares, ou cidades em nome da preservação, pois, o homem, quando faz bom uso de seu talento consegue, através da criatividade e tolerância, conviver em harmonia.

Essa harmonia é algo que se conquista através da educação e do conhecimento. A conscientização do indivíduo passa a refletir a atitude acerca de sua identidade e memória, bem como de sua importância perante o meio em que vive. O WT dessa forma, pode ser a interface entre o novo e o velho, o atual e o antigo, mostrando que o progresso não se estabelece somente a partir do presente moldando o futuro, mas buscando-se no passado o grande aprendizado, aprender com o que se fez amplia as possibilidades do solucionar, gerando inferências e reflexões que otimizam as ações humanas.

Não se pode também eximir o turismo desse processo participativo e coletivo, pois, é através do prazer que os interesses se movem com maior rapidez. O turismo é um grande agente veiculador do prazer. Outros agentes devem contribuir para essa meta promissora, interdisciplinarizar este processo é a grande saída das pessoas, a educação tem que também propor suas contribuições, e este trabalho pode colaborar nessa busca de um ideal interdisciplinar, um ideal crítico, que não se deixe conduzir por interesses monolaterais, por grupos capitalistas com critérios menores. Neste momento os governantes e o professor podem e devem utilizar-se de sua autoridade e magistério como uma ferramenta mediadora, provocadora e concretizadora dos fatos e possibilidades apresentados no dia-a-dia. O WT é uma forma de revelar com motivação e criatividade a cultura de um povo, pois, a preservação e a fruição só acontecem com aquilo que se conhece, que se admira, que se faz importante.

Tanto para quem elabora e concebe o *Walking Tour*, como para quem o aplica ou o recebe, a reflexão gerada a partir daí é a causa do princípio da mudança. Portanto, se alguém tem contato com alguma informação, o terceiro produto é inevitável, produto este, resultado da soma de repertórios, das percepções e de debates que naturalmente acontecem.

Pretende-se então um olhar mais crítico e investigativo do potencial humano, e para isso propõem-se o WT como forma de fruição e conscientização das pessoas, como forma de agregar valores ao humano, informação ao ausente, percepções ao que contempla e potencial concretizador ao meio ambiente.

Outros estudos são necessários para aprofundar investigações e trazer soluções específicas para pessoas, cidades e países, como por exemplo, a pesquisa e desenvolvimento de materiais didáticos e paradidáticos, que possam ser aplicados a estudantes e grupos. Estudos que busquem inventariar e registrar o patrimônio de um povo, também teriam aplicabilidade ampla, como em escolas, universidades, secretarias de cultura, fundações culturais e iniciativa privada.

A parceria entre universidades, comunidade e empresas, seria uma forma efetiva de alavancar soluções e ferramentas para questões econômicas, turísticas e pedagógicas, por conseguinte, para a economia e progresso. Se por um lado há o estudante buscando informações, há a comunidade que precisa da mesma e o empresário que pode agregar valor à sua empresa, ao mesmo tempo em que

contribuir para o surgimento de uma sociedade melhor, mais crítica, mais informada e portanto mais capaz do bom consumo.

Viabilizar a parceria entre empresariado, governo e sociedade é algo bastante estimulado na atualidade, sendo que leis de incentivo à cultura aparecem como instrumento viabilizador deste processo. Qualquer cidadão pode desenvolver uma idéia na forma de um projeto e procurar parcerias junto aos diversos níveis do governo e iniciativa privada que por meio de leis reguladoras e incentivadoras da cultura e patrimônio contribuem para a veiculação e expressão do argumento humano.

O WT aparece como uma possibilidade de provocar *insights* individuais numa consciência coletiva, numa comunidade. A partir daí propagar fruições e desencadear ações que possam colaborar com o desenvolvimento de um local, um setor histórico, um bairro ou qualquer tema significativo para o progresso humano.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, Otília B.F. Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana IN:

BALLART, Joseph. **El patrimônio histórico y arqueológico: valor e uso.**

Barcelona: Ed. ARIEL SA.. 1997, 1a. ed.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio histórico e cultural.** São Paulo:Aleph, 2002.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

FREITAG-ROUANET, Barbara. Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana IN: PALLAMIN E LUDERMANN. **Vida urbana e cultura.** São Paulo : Estação Liberdade, 2002.

GOODEY, Brian. Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. IN: MURTA E ALBANO. **Interpretação e comunidade local.** Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasilis, 2002.

<http://www.ecology.com.br/pantanal%20English.htm> . Acesso em 20 de março de 2003.

http://www.infohub.com/TRAVEL/SIT/sit_pages/historyandculture.html . Acesso em 21 de jan. de 2003.

<http://www.roma2000.it/zvisite.html> . 20 de março de 2003.

<http://www.sftravel.com/walk.html> . 20 de março de 2003.

JUNG, C.G. **O espírito na arte e na ciência**. Petrópolis RJ: Ed. Vozes, , 1987. 2 ed.

KNAFOU, Rémik. Turismo e território. “Por uma abordagem científica do turismo”. IN: RODRIGUES, Adyr A. B.(org.) **Turismo e geografia – Reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996, pp. 62-74.

LÉVY-BRUHL, L. how natives think. Londres: George Allen & Unwin Ltd.

MAFFESOLI, Michel. Revista do patrimônio histórico e artístico nacional. **O paradigma estético: a sociologia como arte**. Rio de Janeiro: Fund. Nac. Pró-Memória, no. 21, pp. 113-117, 1986.

MIRANDA, Jorge M. Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. IN: MURTA E ALBANO. **O processo de comunicação na interpretação**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002.

NEGT, Oskar. Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana IN: PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

PALLAMIN E LUDERMANN. Cultura e transformação urbana. São Paulo : Estação Liberdade, 2002.

RATNER, Carl. A psicologia sócio-histórica de Vygotsky: Aplicações contemporâneas/ Carl Ratner; trad. Lólio Lourenço de Oliveira. – Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. **Psicologia da arte**. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

7 BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

BRANDÃO, Carlos A. L. **A formação do homem moderno vista através da arquitetura**. Belo Horizonte: ed. UFMG, 1999. 2^a.ed.

DUDEQUE, Irã José Taborda. **Espiraís de madeira: uma história da arquitetura de Curitiba**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP, 2001.

FIALHO, Francisco A. P. **Introdução ao estudo da consciência**. Curitiba: Gênese, 1998.

PALLAMIN E LUDERMANN. **Espaço público e experiência**. São Paulo : Estação Liberdade, 2002.

PINKER, Steven. **Como a mente funciona**. Tradução – Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

RATNER, Carl. **A psicologia sócio-histórica de Vygotsky: aplicações contemporâneas**. Trad. Lólio Lourenço de Oliveira. Porto Alegre: Artes Médicas, 1995.

BUCK-MORSS, Susan.. **The dialectics of seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project**. Cambridge: M.I.T, 1989.

COURBIN, Alain. **The foul and the fragrant: Odor and the French social imagination**. Cambridge: Harvard, 1986.

DARGAN, Amanda, and STEVEN Zeitlin. **City play.** New Brunswick: Rutgers University Press, 1990.

GOFFMAN, Erving. **Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings.** New York: Free Press, 1963.

HANNERZ, Ulf.. **Exploring the city: Inquiries toward an urban anthropology.** New York: Columbia University Press, 1980.

HARRISON-PEPPER, Sally. **Drawing a circle in the square: Street performing in New York's washington square park.** Jackson: University of Mississippi Press, 1990.

LOFLAND, Lyn H.. **A World of strangers: Order and action in urban public space.** New York: Basic Books, 1973.

LYNCH, Kevin.. **What time is this place?** Cambridge, MA: M.I.T, 1976.

OLDENBURG, Ray.. **The great good place: Cafes, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day.** New York: Paragon House, 1989.

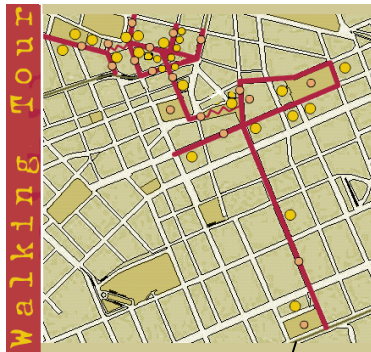
SCHIVELBUSCH, Wolfgang.. **The policing of street lighting.** **Yale French Studies 73:** 61-74, 1987.

SENNETT, Richard.,. **Classic essays on the culture of cities.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, ed. 1969.

VENTURI, R., Denise Brown SCOTT, and Steven Izenour. **Learning from Los Vegas: The forgotten symbolism of architectural form.** Boston: MIT. 1972.

WHYTE, William H. 1980. **The social life of small urban spaces.**
Washington, D.C.: The Conservation Foundation.

8 ANEXO

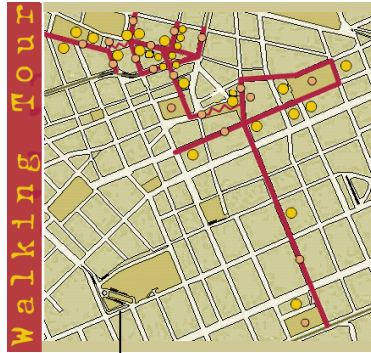


Praça Eufrásio Corrêa

Pólo
dinizador
, ponto de
entrada de
imigrantes
italianos,
poloneses,
alemães e
saída de
produto para
exportação
– erva-mate,
madeira.
Comércio
atraente e
os primeiros
hotéis da
cidade.
Centro

comercial e político da cidade. A praça abriga obras de arte como: “O Semeador” de Zacco Paraná, Chafariz e luminária em bronze procedente da França, busto de Teixeira Coelho, (engenheiro responsável pela construção da estrada de ferro Curitiba-Paranaguá).

: [voltar](#) :



Câmara Municipal de Curitiba

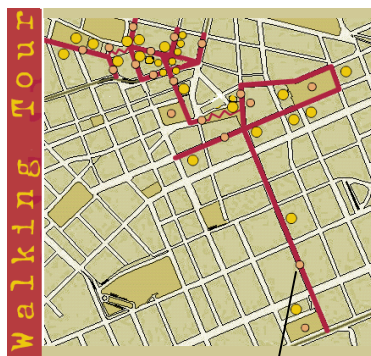
Localização:
Barão do Rio Branco, s/n

Em 1890, o governo paranaense contratou para projetar o prédio da Assembléia Legislativa do Estado o arquiteto Ernesto Guaita, nascido na Itália, mas residente no Brasil há 15 anos. Após um anos de sua conclusão, foi instalada permanecendo ali até 1957, quando foi transferida para um novo prédio no Centro Cívico da cidade.

O Palácio Rio Branco, exemplo do ecletismo na arquitetura oficial, é um dos mais significativos edifícios históricos de Curitiba. A intenção monumental e o partido simétrico, valores tão caros à composição arquitetônica neoclássica. A linguagem greco-romana se expressa externamente pelos capitéis coríntios, cornijas, requadros e sobrevergas. Internamente, pinturas

policromadas nas paredes e ornatos de gesso no teto enriquecem o Palácio.

: voltar :



Rua Barão do Rio Branco

José Maria da Silva Paranhos, Barão do Rio Branco, sempre defendeu o Brasil em questões de limite com a Argentina, Uruguai, Paraguai, Bolívia e Peru. Pertenceu ao Instituto Histórico Geográfico do Paraná e foi presidente da Academia Brasileira de Letras. O movimento nesta rua era intenso pois seu início era na Estação Ferroviária e seu comércio muito desenvolvido. Havia nela uma estação de bonde, hotéis, a Estação de Força e Luz, a Saúde Pública além da Câmara Municipal

de Curitiba que movimentava politicamente o local. Com a mudança da Estação Ferroviária para outro local, a praça perdeu seu prestígio sendo hoje pouco visitada apesar de possuir grande beleza histórica.

: voltar :





MIS-Museu da Imagem e do Som

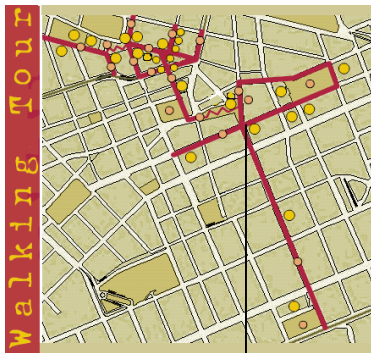
Localização:
Rua Barão do Rio Branco, nº 395

: voltar :

Construído no último quartel do século passado pelo engenheiro de origem italiana Ernesto Guaita para seu colega de profissão Ignacio Weiss, a quem atribui participação na concepção do projeto, foi adquirido em 1890, juntamente com seu mobiliário, pela Fazenda Nacional, passando em 1901 à

propriedade definitiva do estado do Paraná, que ali teve sua sede governamental de 1892 a 1938. Após esta data ali se instalou e permanece u durante mais de trinta anos a Secretaria do Interior e Justiça. Hoje abriga o acervo do MIS e conta com salas de vídeo, projeção cinematográfica e salas de exposição. Assim como as demais obras de Guaita, segue essa casa o ecletismo com predominân

cia
neoclássica
através do
partido
simétrico e
de um
vocabulário
greco-
romano.



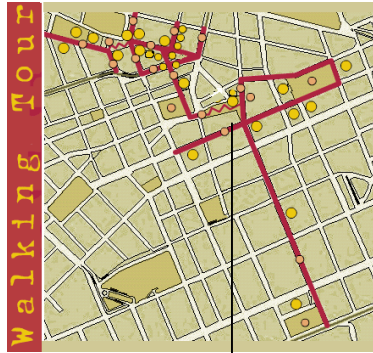


Sede Clube Curitibano

Localização: Rua Barão do Rio Branco esquina Xv de Novembro

Devido ao grande número de freqüentadores, após a fundação foi construída a terceira sede. Os associados reuniam-se então na rua XV com a Barão do Rio Branco num prédio de três pavimentos com 800 m2 que acompanhavam as mais recentes tendências arquitetônicas possuindo inclusive serviço de elevador. Grandes eventos tinham lugar nos Salões Luis XV, Mourisco ou Renascença.

: voltar :



Rua XV de Novembro

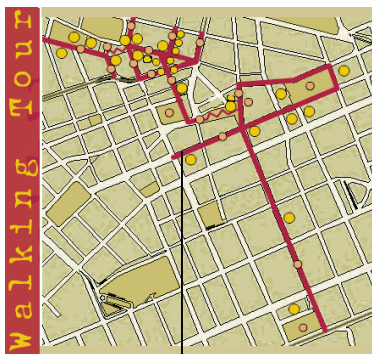
Uma das principais ruas de Curitiba, primeiro “Calçadão”

destinado a pedestres no Brasil, é motivo de orgulho para o povo Curitibano. Possui as fachadas das edificações de parte de seu trajeto Tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico tendo seus ocupantes de adaptar-se às novas exigências, que impediam letreiros e propagandas que escondessem os detalhes

arquitetônicos, causando, no início, certa resistência por parte dos

mesmos. As principais manifestações públicas, políticas, sociais e artísticas acontecem no local da “Boca Maldita”, situada no final da rua próxima a Praça Osório. Cantos Natalinos, Presépios vivos, Shows e Teatros ao ar livre acontecem nesta rua. Rua anteriormente conhecida como: Rua das Flores e Rua da Imperatriz.

: voltar :



Galeria Schaffer

Localização: Rua XV de Novembro, nº420

Confeitaria fundada em 1918 por Francisco Shaffer, ocupa o prédio na Rua XV de Novembro, que possui fachada tombada juntamente com o conjunto de casario da rua, desde 1945. Conta com ambiente germânico e recebeu durante anos a família curitibana. Importante papel na formação da estrutura sócio cultural da cidade era ponto de reunião entre políticos e intelectuais, ainda hoje caracteriza-se pelas atividades culturais no local. Nosso escritor maior Dalton Trevisan ocupava sempre a mesma mesa e era presença assídua no local. Sofreu grande incêndio em 1978 e foi recuperada graças ao esforço conjunto de um grupo de pessoas que conseguiram sensibilizar alguns setores e levantar recursos. Participou dos esforços o Banco do Brasil, Fundação Cultural e Rede Globo, reabrindo suas portas em 1979. Tornou-se parte da vida da cidade e sua coalhada servida em potes de louça é reconhecida por todos como a melhor da cidade.

: voltar :





Correio Velho

Localização: R XV
de novembro

Em 1933 foi lançada a pedra fundamental do edifício onde se instalaria o Correio. Foi inaugurado em 14 de setembro de 1934, satisfazendo todas as exigências para o bom funcionamento do mesmo. Sua arquitetura, arrojada para a época, possui linhas arquitetônicas admiráveis projetadas pela firma Cavalcanti e Cia. do Rio de Janeiro, que procuraram adequar, também, todo o mobiliário interno às mesmas linhas modernas do edifício. Em sua fachada principal existe um relógio, com um metro de diâmetro, sobre a marquise da entrada e um belo jardim em frente a porta principal. Preocuparam-se principalmente em

executar um projeto onde se aproveitasse ao máximo a luz natural e tivesse grande circulação de ar permitindo um ambiente claro e arejado.

: voltar :





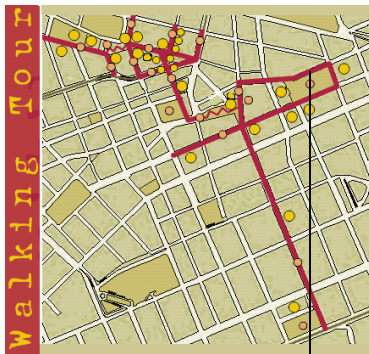
INSS

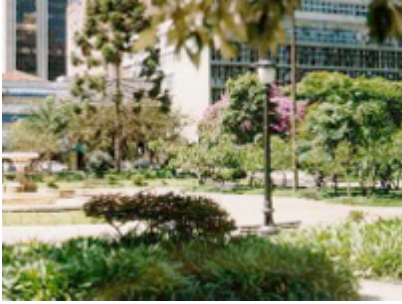
Localização: Rua XV
de Novembro

Projeto de arquiteto carioca, compreende dois blocos nitidamente diferenciados pela volumetria, de modo a distinguir seus usos distintos. O corpo baixo olha para as duas ruas com que faz frente o terreno, ocupando-o integralmente. No subsolo a garagem, no térreo e nos primeiros quatro andares abriga os serviços administrativos do INSS. O corpo superior, construído no alinhamento da Rua XV de Novembro, compreendia originalmente quatro apartamentos em cada um de seus dez andares. Plasticamente, essa diferenciação de funções também repercute no tratamento dado a fachada norte do corpo baixo, alvéolos de concreto aparente, empregados pela primeira vez em Curitiba, e na utilização de pilotis sob o bloco residencial que tem

suas empenas laterais prolongadas até o solo. O bloco de apartamentos sofreu reformas e hoje abriga os serviços da instituição.

: voltar :





Praça Santos Andrade

Dr. José Pereira dos Santos Andrade, (nasceu em Paranaguá 1842 e faleceu em 1906 Curitiba), recebeu grau de bacharel em direito, foi deputado Provincial e Governador do Paraná. A praça ocupava hoje a área atual acrescida das quadras entre as ruas Marechal Deodoro e Presidente Faria. Atualmente ocupada pela Universidade Federal do Paraná, o Correio e Telégrafo, o INSS e o Teatro Guairá, a praça abriga vários bustos em sua maioria homenagens atribuídas pelos

alunos e
professores da
UFPR a
personagens
ilustres na vida
universitária.

Praça
anteriormente
conhecida como
Largo da
Moura, Duque
de Caxias e
Tereza
Christina.

: voltar :





Teatro Guaira

Localização: Rua XV
de Novembro, nº 971

Em 1884, ocorreu a inauguração do Teatro São Theodoro, com seus camarotes de arcadas mouriscas, iluminado a bicos de gás. O São Theodoro ficava na Rua Nova, hoje Dr. Muricy, onde funcionava a Biblioteca Pública do Paraná Transformou-se em prisão política em 1894 e em 1900 surgiu outro teatro oficial, o Teatro Guayra, que era apenas o antigo São Theodoro reformado, possuía até luz elétrica. Em 1952 começa a construção do Teatro “Guaira” por decisão do governador Bento Munhoz da Rocha Netto, mudou-se para a Praça Santos Andrade. Em 1956 foi criado o Teatro Experimental Guaira para manter em atividade o pequeno auditório, batizado de Salvador de Ferrante. Na década de 60, o governo do Estado decidiu estimular com mais vigor o desenvolvimento do

teatro, em 1969 ocorreu um incêndio e foram inaugurados em 1974 o Auditório Bento Munhoz da Rocha Netto e em 1975 o Auditório Glaucio de Flores de Sá Brito. Foi transformado em Fundação e surgiram as exposições de artes plásticas, o departamento de cinema e cursos de danças.

: voltar :





UFPR- Universidade Federal do Paraná

Localização: Praça Santos Andrade, nº 50

Fundada em 1912, com sede na Rua Comendador Araújo, seu primeiro Reitor foi Victor Ferreira do Amaral e Silva. Posteriormente transferida para a Praça Santos Andrade em 1919 ocupando o prédio central da praça que apresenta estilo arquitetônico neoclássico, hoje tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Paraná. A UFPR foi federalizada apenas em 1950 pela lei nº 1254. Passou por algumas reformas e no ano de 2001 o prédio foi eleito, através de votação popular, símbolo da capital paranaense.

: voltar :

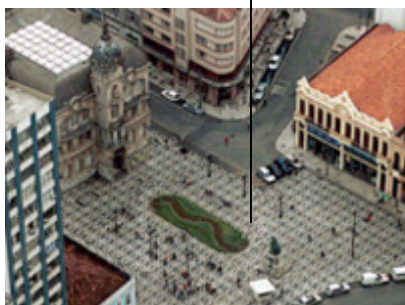


Rua Riachuelo

No início, importante ligação com o Caminho da Marinha ou Oceano Atlântico, (Av. João Gualberto), que dava acesso a Paranaguá. Em 1850 recebeu os imigrantes portugueses que abriram seus comércios de secos e molhados. Depois vieram os alemães aumentando o comércio de louças, papelaria, relojoaria e ferragens. Chegaram os italianos que ali fabricavam

manualmente
calçados e por fim
os sírios libaneses
que ocuparam a
região vendendo
tecidos e
armarinhos
permanecendo até
hoje no local.
Acolheu também
artistas que em
seus ateliês
manifestavam sua
arte em diversos
estilos. Possuía no
final da rua um
chafariz construído
em 1862 onde hoje
se encontra a Praça
Dezenove de
Dezembro. Rua
anteriormente
conhecida como
Rua do Lisboa, Rua
dos Veados, Rua do
Campo e Rua
Carioca da Cruz.

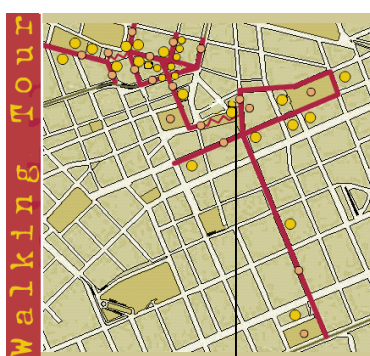
: voltar :



Praça Generoso Marques

Dr. Gêneros Marques, (1844-1928 Curitiba) bacharel em Direito, exerceu os cargos de Deputado Provincial, Segundo Vice-Presidente da Província, Inspetor Geral da Instrução Pública e Presidente do Estado, sempre exercendo a advocacia. Jornalista ilustre fundou o jornal "A Reforma" em 1881. Esta Praça ocupava o espaço entre a Praça Tiradentes e a Rua Riachuelo. No século XVIII tinha um aspecto desolador pela proximidade com os fundos da cadeia e as águas estagnadas que passavam pelo local, afastando transeuntes e moradores. Passa a ser habitada ao recebe o mercado público em 1874 com o saneamento das águas, transformando-se em local barulhento e agitado pelo movimento de carroças e vendedor. Em 1913 o mercado foi transferido para outro local por interesse do

então prefeito Cândido de Abreu em construir ali uma sede permanente para o Governo Municipal. Iniciada em 1914 e concluída em 1916 o belo prédio que hoje abriga o Museu Paranaense, mudou a aparência da Praça, cujos ocupantes passaram a ser menos barulhentos e mais elegantes valorizando o comércio do local. Construções coloniais deram lugar a modernos sobrados com estilo arquitetônico da época, formando um conjunto harmônico ocupados então por imigrantes árabes que permanecem em sua maioria até hoje, vendendo tecidos e armarinhos, é conhecida como “Turquia Curitibana” sendo forte no local a presença do sotaque e a língua árabe. A Praça ostenta a estátua do grande brasileiro Barão do Rio Branco. A praça denominava-se Largo da Cadeia e Praça do Mercado.





Antigo Paço Municipal

Localização: Praça
Generoso Marques, s/n

Inaugurado em 1876. Seu primeiro diretor foi Agostinho Ermelino de Leão. Devido ao crescimento de seu acervo, foi dividido em cinco seções: Antropologia, Etnografia, Botânica, Geologia, História e Zoologia. Em 1973 foi transferido para o antigo Paço Municipal e então distribuído em sete salas: História do Museu, Arqueologia, História Colonial, (ocupando duas salas), Sala da Província, Sala da República. Prédio de arquitetura eclética, com elementos art nouveau representados, sobretudo, pelas marquises de ferro voltadas para a Praça Tiradentes. Ocupando área de 500 m² está

: [voltar](#) :

construído sobre base de concreto e blocos de cantaria, possuindo planta retangular sobre cujos lados menores se erguem duas fachadas, a principal voltada para o jardim e na qual se destaca torre quadrada. É construído em alvenaria de tijolos, em três pavimentos e cobertura em quatro águas. Dois Hércules sustentam as colunas da entrada do prédio e representam os poderes municipais o Legislativo e o Executivo – e o nicho existente logo acima encerra figura feminina que representa a cidade de Curitiba.



Solar dos Leões - Tigre Royal

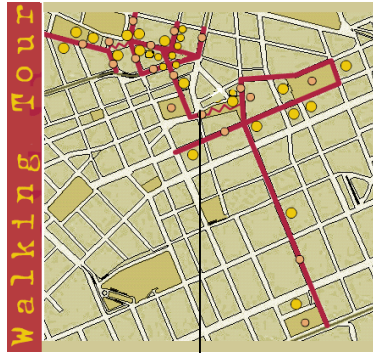
Localização: Rua Barão do Rio Branco, nº 395

O edifício Tigre Royal, construído em 1916, na atual Praça Generoso Marques, é um exemplo típico da arquitetura eclética em Curitiba. Conta com fachada artesanal composta por ornamentos feitos em massa. O frontão arrematado em círculo, traz, além de vários elementos feitos em modelagem de argamassa, o nome do prédio de forma bastante visível. José Pacífico Fatuch e Irmãos eram proprietários do imóvel e lá viveu,

no primeiro andar,
a família do Sr.
Elias Pacífico
Fatuch por mais de
vinte anos.

No térreo
funcionava o
cinema Parisiense
em 1919, depois
ali instalaram-se as
Lojas Hermes
Macedo, na época
trabalhando com
importação. A Cia.
Brasil de Seguros
Gerais e a Cia. de
Loterias do Sul do
Brasil- Loterias do
Paraná foram
alguns dos
inquilinos do
prédio. A partir da
década de
sessenta instalou-
se ali a Casa de
Armarinhos
Calachi, no local
até hoje.

: voltar :



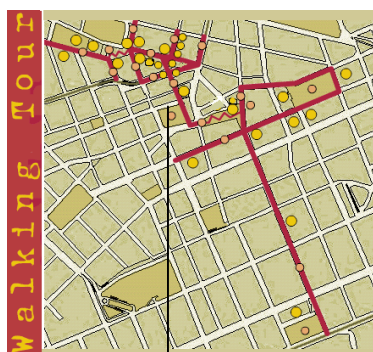
Praça Borges de Macedo

José
Borges de
Macedo
nasceu
em
Castro, foi
Presidente
da
Câmara,
primeiro
Prefeito de
Curitiba
em 1835.
Em 1968 o
então
Omar
Sabbag
inaugurou
na Praça
uma placa
alusiva ao
erguiment
o do
Pelourinho
que se
acredita
ter sido
instalado
nas

proximida
des 300
anos
antes. O
espaço
existente
atrás do
Museu
Paranaens
e, em cujo
edifício
funcionou
por muitos
anos a
Prefeitura
Municipal
de
Curitiba,
desde
1965
recebeu o
nome de
Praça
José
Borges de
Macedo.
Na
esquina
da Praça
com a Rua
Monsenho
r Celso,
está o
Palacete
Hauer
antiga
residência
de estilo
ecclético
alemão,

hoje as
Lojas
Frischman
n's. Muitos
dos
comercian
tes
instalados
na Praça,
estão
insatisfeito
s com as
condições
do local,
reclamam
de
papeleiros
que ali se
reúnem e
da
prostituiçã
o.

: voltar :





Tiradentes

Joaquim
 José da
 Silva
 Xavier,
 nasceu em
 Pombal-
 MG em
 1746 e
 faleceu em
 1796, no
 cadafalso
 da Justiça
 Real,
 responsável
 pela
 Inconfidênci
 a Mineira
 que tinha
 como
 objetivo
 separar o
 Brasil de
 Portugal. Na
 época da
 fundação
 da cidade, a
 praça
 recebeu a
 imagem de
 Nossa
 Senhora da
 Luz
 transferida
 pelos
 habitantes
 então
 guiados
 pelo

Cacique
Tindiquera
da “Vilinha
do Atuba”
para o novo
local
iniciando-se
ali a cidade
de Curitiba.
Na praça
encontra-se
o Marco
Zero da
cidade e o
Monumento
a
República,
considerado
o maior da
cidade, o
busto de
Marechal
Floriano,
Benjamim
Constant e
Getúlio
Vargas e a
Catedral
Metropolita
na.

: voltar :



Catedral Basílica Menor de Curitiba

Localização: Rua Barão do Serro Azul, nº 31

Localizada onde Curitiba nasceu como cidade, Praça Tiradentes. Pequena capela em madeira, que em 1715 foi elevada na Primeira Igreja Matriz. Em 1876 a capela sofreu demolição e substituíram-na pela Catedral Metropolitana que iniciou sua construção em 1877. Em estilo neogótico, inspirada na Sé de Barcelona. Possuía pintura na abóbada central e pintura transparente nas janelas que foram substituídos posteriormente por vitrais doados por famílias tradicionais curitibanas; móveis e púlpitos em auto relevo entalhados em imbuía. Restaurada em 1993 e em setembro do mesmo ano passou a denominar-se Catedral Basílica Menor.

: voltar :





Rua José Bonifácio

Nascido em Santos, Membro da Real Academia das Ciências de Lisboa, Retornou ao Brasil em 1819. Ministro do Reino e Estrangeiros em 1821, dirigiu os acontecimentos que culminaram na Independência do Brasil, Contudo, desentendeu-se com D. Pedro I e demitiu-se em julho de 1823, passando para a oposição. Preso e deportado para a França deixou por concretizar um vasto plano para o desenvolvimento do país e o qual incluía a abolição gradual da escravidão, a implantação da Siderurgia, o incentivo à imigração, a mudança da capital brasileira para o Planalto Goiano Deputado em 1831, em face das desordens internas que as regências do trono não conseguiam debelar, tentou um movimento de restauração imperial, pelo que foi preso e processado. Confinado depois na Ilha de Paquetá, veio a falecer em Niterói, aos 75 anos de idade. Conhecida como Rua da Fachada, Rua do Chafariz expandiu-se vindo do Largo da Ordem. Em 1900 já existia como Rua José Bonifácio, devidamente aberta as compras no grande e forte reduto dos Hauers, (família de comerciantes). Em 1976 transformou-se em calçadão estendido até a Rua Dr. Muricy em 1980.

: voltar :



Galeria Júlio Moreira

**Localização:
Rua José
Bonifácio**

Em
home
nage
m ao
histori
ador e
pesqui
sador
Júlio
Estrell
a
Moreir
a,
falecid
o em
1965,
fora
criada
a
Galeri
a Júlio

Moreir

a –

(subte

rrânea

),

ligand

o a

rua

José

Bonifá

cio e o

Largo

Cel.

Enéas

,

inaugu

rada

em 30

de

agosto

de

1976.

Moreir

a

deixou

para

os

curitib

anos

divers

as

contrib

uições

import

antes,

entre

as

quais,

as

anotaç

ões
dos
antigo
s
nomes
das
princip
ais
ruas e
praças
da
cidade
, bem
como
as
coord
enada
s do
nasci
mento
primiti
vo do
povoa
do de
Curitib
a às
marge
ns do
Rio
Atuba.
Ali,
além
de
pontos
de
anima
ção
em
funcio
name

nto,
existe
també
m o
Teatro
Univer
sitário
de
Curitib
a,
local
de
livre
expres
são de
estuda
ntes
daquel
a
classe
.

: voltar :



Painéis do Poty

Localização:
Travessa
Nestor de
Castro

As
pare
des
de
antig
as
edific
açõe
s da
Trav
essa
Nest
or de
Castr
o
serve
m de
supor
te
para
o
Conj
unto
de

painé
is do
artist
a
curiti
bano
Poty
Lazz
arott
o,
que
const
ituí o
Muse
u de
Rua.
Na
pare
de
latera
l da
Admi
nistra
ção
regio
nal
da
Matri
z, um
paine
l
relem
bra
as
feiras
antig
as do
Larg
o da
Orde

m e
do
outro
lado
da
rua,
esqui
na
com
a
Rua
José
Bonif
ácio
em
1996
foi
inaug
urad
o o
paine
l “
Curiti
ba e
Sua
Gent
e”,
com
500m
2
costu
ra a
paisa
gem
do
setor
histór
ico
com
a

identi
dade
de
seu
povo.

: voltar :





Travessa Nestor de Castro

Nestor
Pereira
de
Castro,
nasceu
em
1869,
em
Antoni
na.
Aos
dez
anos
foi
enviad
o para
São
Paulo
onde
iniciou
seus
estudo
s para
vir a
ser
sacerd
ote,
mas
faltava
-lhe
gosto
por tal
carreir
a e
aband

onou-a
matric
ulando
-se em
seguid
a no
Colégi
o
Morets
ehn.
Mostra
va já
grande
tendên
cia
para
as
letras,
fundan
do na
adoles
cência
um
jornalzi
nho
em
sua
escola.
Em
1886
retorno
u a
Antoni
na
onde
dedico
u-se
ao
comér
cio,

mas
esse
não
era
seu
gênero
de vida
e não
obteve
sucess
o.
Mudou
-se
então
para
Curitiba
a e
dedico
u-se
ao
jornalis
mo
onde
destac
ou-se
por
fim. Na
travess
a
encont
ram-se
os
Painéis
s de
Poty,
confec
cionad
os em
azulejo
s que

expres
sam o
cotidia
no da
vida
curitiba
na.

: voltar :



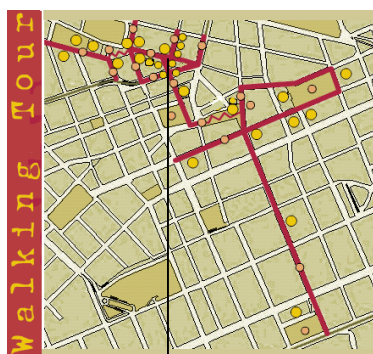


Rua Barão de Serro Azul

Ildefonso Pereira Correia, Barão de Cerro Azul, (Paranaguá-1849-1894-Serra do Mar). No desenrolar da revolta federalista, desejando evitar derramamento de sangue e a desonra que aconteceria em Curitiba, procurou satisfazer as exigências dos revoltosos. Mas esse seu ato foi mal interpretado por inimigos gratuitos e invejosos levando-o a morte. Fuzilaram-no, impiedosamente e sem processo formado, em 20 de março de 1894, na Serra do Mar, km 65 da Estrada de Ferro Curitiba-Paranaguá, junto com outros, igualmente inocentes, vítimas da revolta federalista. Seu início foi na Rua São Francisco e Treze de Maio, onde congregava maior número de moradores. Ali

funcionaram: a Delegacia do Tesouro Nacional, Loja Maçônica Candura e a Enfermaria para doidos. Sucessivas denominações atribuídas a rua cronometraram a história da sua existência entre eles Rua Nova da Entrada, Rua Nova do Chafariz da Cruz, Rua do Louro, Rua do Nogueira, Rua da Graciosa, Rua do Oceano Atlântico e Rua do Barão do Serro Azul.

: voltar :





Casa Romário Martins

Localização:
Largo Cel.
Enéas, nº30

: [voltar](#) :

Consi-
derad
o o
último
exem-
plar
de
arquit-
etura
do
períod-
o
coloni-
al
ainda
reman-
escent-
e e
recup-
erável
da
cidade
. A
edifica-
ção
era
ocupa-
da, na
época
, por
peque-
no
armaz-
ém de

secos
e
molha
dos e
lateral
mente
fora
constr
uído
um
anexo
, no
qual
funcio
nava
uma
peixari
a.

Ao
arquit
eto
Cyro
Corrê
a de
Oliveir
a Lyra
coube
a
elabor
ação
do
projet
o e a
direçã
o das
obras
de
restau
ração
que

se
desen
volver
am
durant
e todo
o ano
de
1973.

Foi
inaug
urada
em 14
de
deze
mbro
do
mesm
o ano.

A
restau
ração
da
facha
da
voltad
a para
o
Largo
da
Orde
m foi
basea
da em
fotogr
afia
do
início
do
século

, um
vez
que
as
duas
janela
s à
direita
havia
m sido
destru
ídas
para a
abertu
ra de
larga
porta
onde
funcio
nava
um
açoug
ue.



Casa João Turim

Localização:
Rua Mateus
Leme, 38

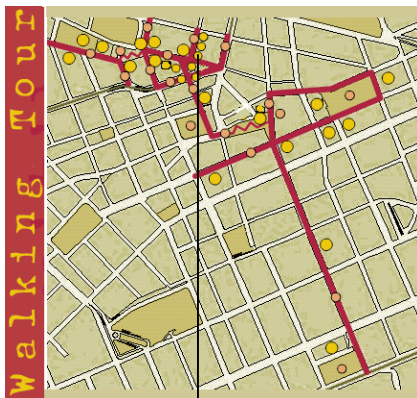
A Casa João Turim, criada em 1953, pela lei municipal 1538, (esquecida em algum órgão do governo por trinta e seis anos), com a finalidade de manter o Ateliê

do
escultor
, foi
vendida
e seu
ateliê
demolid
o. Em
1987 o
Secretá
rio de
Estado
da
Cultura
Doutor
René
Ariel
Dotti
preside
a
campan
ha em
favor da
instalaç
ão da
Casa
João
Turin
promov
endo
uma
exposiç
ão dos
trabalho
s do
artista
no
Museu
de Arte
Contem

porâne
a. Em
1989, a
Casa
João
Turin é
instalad
a no
imóvel
desapro
priado
pelo
Estado
na Rua
Mateus
Leme,
nº 38,
no setor
históric
o do
Largo
da
Ordem,
em
Curitiba
., sendo
o prédio
uma
residên
cia de
estilo
neoclás
sico,
construí
do no
início
do
século.
Além
da

exibiçã
o
perman
ente do
acervo,
a Casa
João
Turin
promov
e
exposiç
ões
tempor
árias e
projetos
de
interaçã
o
museu/
escola.

: voltar :





Centro Juvenil de Artes Plásticas

Localização:
Rua Mateus
Leme, nº 56

A história da criação do Centro Juvenil de Artes Plásticas - CJAP está ligada ao idealismo do entusiasta, educador e artista Guido Viaro que, graças aos esforços em possibilitar à criança a

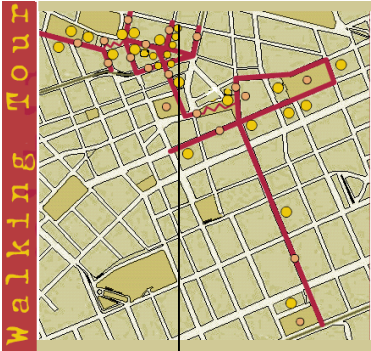
oportunidade de pintar, é que se atribui não só o surgimento deste Centro de Artes, mas o início da trajetória da arte-educação no Paraná e no Brasil, precedendo às Escolas da Arte. O Mestre é o artista Viaro tinha por metas estimular a criança

a gostar
da Arte
através
do
"fazer a
Arte", e
assim
despert
ar a
criativid
ade,
com
perspec
tivas de
contribu
ir para o
desenv
olvimen
to e
formaçã
o do
caráter
humano

.
Desejav
a ele
que a
Arte
fosse
não só
privilégi
o de
alguns,
mas
que
desse
acesso
aos
filhos
de

gente
pobre.

: voltar :





Conservatório MPB

Localização:
Rua Mateus
Leme, nº

Inaugurado em 1992 e em 93 mudou-se para sua sede definitiva, cujo prédio é o projeto de reciclagem do Solar dos Guimarães, é um exemplar de arquitetura eclética da época e serviu a diversos fins, como hotel e casa comercial. Após um incêndio restaram apenas suas paredes externas. O prédio foi então

restaurado
,
reconstruíd
o com
telhas de
barros
tradicionai
s
sustentada
s por
tesouras
metálicas.
A fachada
foi
reconstituí
da em
todos os
seus
detalhes,
inclusive
portas e
janelas. As
linhas
modernas
das
estruturas
metálicas
contrastam
com a
sobriedade
dos
elementos
neoclássic
os da
fachada.
Projetado
para
abrigar o
Conservat
ório de

Música
Popular
Brasileira,
inaugurado
, em 1993,
único do
gênero no
Brasil,
centro de
estudos
avanzados
em música
brasileira é
voltado
para as
áreas de
ensino,
pesquisa e
produção
artística.

: voltar :





Rua Mateus Leme

Matheus
Martins
Leme,
nasceu
em São
Paulo e
muito
jovem
sentiu-
se
atraído
pela
vida
bandeir
ante.
Percorre
u os
campos
de
Curitiba
e antes
de 1661
já
habitava
os
arredore
s da
cidade
em
compan
hia dos
filhos,
genros
e
agregad
os,
requere
ndo

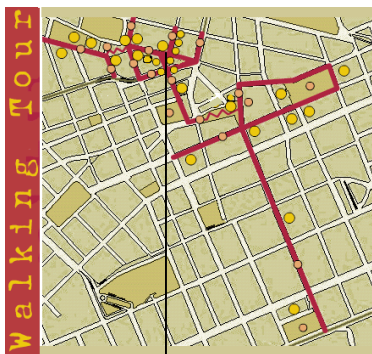
mais
tarde
terras
para
lavar e
acomod
ar
definitiv
amente
sua
família.
Foi
capitão
povoado
r e
sesmeir
o de
Curitiba,
autoriza
do a
concede
r
sesmari
as,
chegou
a
constitui
r fortuna
e
possuir
grande
número
de
escravo
s
indígena
s.
Contava
com
autorida

de legal
para
governa
r a
povoaçã
o
apesar
de
implanta
do o
pelourin
ho. Com
o tempo
e em
virtude
de seu
estado
de
saúde
muito
frágil,
pediu a
criação
da
Câmara
e
instalaç
ão da
justiça
para
conter
os
desman
dos de
maus
element
os, mas
não foi
atendido
, então

o povo
coeso
reuniu-
se
pedindo
a
criação
da Vila
para
regulariz
ar a
administ
ração.
Mateus
Leme
pediu
que se
reunisse
m na
Igreja,
deferind
o o
pedido
em 29
de
março
de
1693,
num
gesto
intelligen
te e
progres
sista.
Estimad
o e
respeita
do pelos
povoado
res da

vizinhan
ça e
afastado
de toda
a
família,
faleceu
em
compan
hia dos
seus
fiéis
seguidor
es.
Pedido
em
testame
nto aos
filhos
que
ampara
ssem e
socorres
sem os
que o
ajudara
m no
final de
sua
vida.

: voltar :



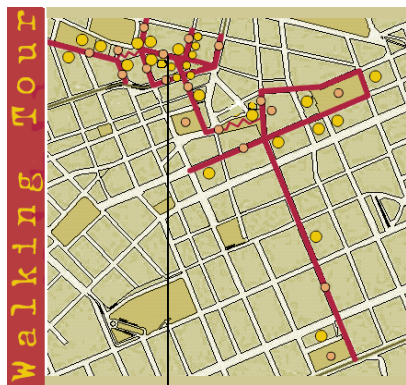
: voltar :

Igreja da Ordem Terceira de São Francisco das Chagas

Localização:
Largo Cel. Enéas,
s/n

No séc. XIX houve grande transformação cultural com a criação da Província do Paraná trazendo desenvolvimento econômico para a capital, Curitiba. A Igreja da Ordem passa por uma grande reforma entre 1878 e 1880, adquirindo linguagem neogótica, através do alteamento de suas paredes, da aberturas de vãos em forma ogival, da substituição do

telhado, da
execução de
teto em estuque
imitando
abóbadas
nervuradas,
refletindo uma
orientação
neomedievalista
e a mudança
cultural de uma
sociedade
composta de
imigrantes. Em
1974 sofre
adaptação de
sua sacristia
para um Museu
de Arte Sacra,
iniciado em 1978
após grande
campanha
popular de
arrecadação
organizada pelo
engenheiro
Rafael Greca de
Macedo.



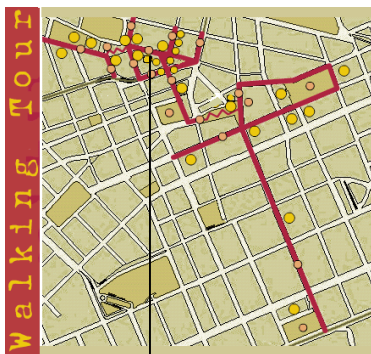
Casa Vermelha

Localização:
Largo Cel. Enéas,
nº143

Construída por volta de 1891, este imóvel foi usado como depósito por diversos comerciantes, inclusive pela União Comercial. Em 1938, com a reforma da fachada, adquiriu a cor vermelha que nunca mais mudou. Assim, já como depósito de ferragens, assumiu o nome de sua cor até 1993, quando veio a encerrar suas atividades. Atualmente era abriga uma

Biblioteca.

: voltar :





Memorial Curitiba

Localização: Rua
Claudino dos Santos,

A obra com 5000 m², tem como autor do projeto arquitetônico, Fernando Popp, sendo um espaço dedicado as artes, folclore, informações, memória , além de expor peças artísticas como as Quatro Estações de João Turim, uma cabeça do pensador Voltaire de Zaco Paraná e ainda um Leonardo da Vinci esculpido por Poty Lazarotto. O prédio em forma estilizada de pinheiro, árvore símbolo do Paraná, tem estrutura de ferro, com as paredes laterais e cobertura de vidro laminado, possui quatro pavimentos e um terraço panorâmico com vista para o entorno. No térreo, há um córrego denominado "Rio de Pinhões" do escultor

Elvo Benito Damo,
cujo leito é revestido
de pinhas e pinhões.
Em cima do local
destinado à
apresentações
musicais, existe um
mapa histórico-
geográfico, em
azulejos executado
por Poty Lazarotto e
um painel de
Antonio Maria
representando
gralhas-azuis.

: voltar :





Igreja Presbiteriana

Localização: Rua do rosário
esquina com R Claudino dos Santos

Primeiro templo da Congregação em Curitiba, sua construção inovadora marcou época. A arquitetura, estilo único de colunas, apresenta forte influência da cultura greco-romana. Foi construído em 1904, possui 2 salões principais onde congregam mais de 900 pessoas nos dias de hoje, atendendo também pessoas carentes e drogados.

: voltar :

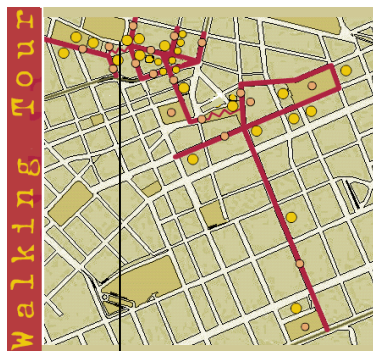


Solar do Rosário

Localização:
Rua Duque de
Caxias, nº 4

Conhecido pelo Solar “Sinhá França”, por ter sido, nos idos de 1890 a residência da família Paula França, que tinha a fábrica de cerâmica das Mecês. Posteriormente o historiador Newton Carneiro, teve a intenção não concretizada de transformá-lo em pousada. Até o ano de 1988 foi sede do Instituto Goethe do Paraná. Em 1989 foi

entregue a uma entidade sem fins lucrativos para resgatar sua memória através do desenvolvimento de atividades culturais. O casarão foi submetido a um projeto de restauração do arquiteto paranaense Ernesto Zanon. O Solar do Rosário possui este nome devido a proximidade com a Igreja do Rosário, foi inaugurado como espaço de arte cultural. Possui galeria de arte, antiquário, café colonial e cursos na área de cultura.



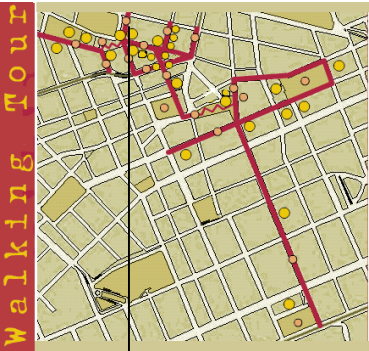
Igreja Nossa Senhora do Rosário de São Benedito

Localização: Praça Garibaldi, s/n

Construída em meados do séc. XVIII. Consta como sendo a segunda igreja de Curitiba, construída por escravos em 1737, era a Igreja dos Pretos de São Benedito. Passou a ser chamada Igreja dos Mortos por ser ali o local da encomendação. Serviu de Matriz na época da construção da atual Catedral. Seu estilo originalmente colonial foi demolido em 1931 dando origem em 1946 a nova igreja do Rosário, agora em estilo barroco tardio. Tem a fachada em azulejos originais da antiga capela. Enfeitam suas paredes os passos da Paixão em azulejaria recente, em estilo português. Em sua entrada está o túmulo de Monsenhor Celso, pároco da cidade e cura da Catedral por 21 anos, falecido em

1931.

: voltar :





Rua do Rosário

A única rua de Curitiba que conserva desde os primórdios tempos o mesmo nome. Tem este nome por estar no seu final a Igreja do Rosário, construída pela irmandade de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos em meados do séc. XVIII. A igreja original foi demolida para dar lugar a que existe atualmente, no final da década de 1930. Passou a ser por pouco tempo, em 1876, a Matriz de Curitiba quando a antiga foi demolida a fim de ser construída a atual Catedral. A pacata rua tinha o seu silêncio quebrado pelo sino da igreja quando este dobrava em funeral avisando que mais um cidadão

curitibano havia partido deste mundo.No começo dos anos setenta, parte da rua do Rosário foi fechada para o tráfego de veículos, uma pequena quadra entre a Praça Tiradentes e a Rua Saldanha Marinho, agora a prefeitura abre novamente aquele espaço ao tráfego de automóveis. É o sinal dos tempos, o volume de carros aumenta em progressão geométrica fazendo com que as ruas que haviam sido destinadas para uso exclusivo dos pedestres retornem seus leitos para os automóveis.

: voltar :

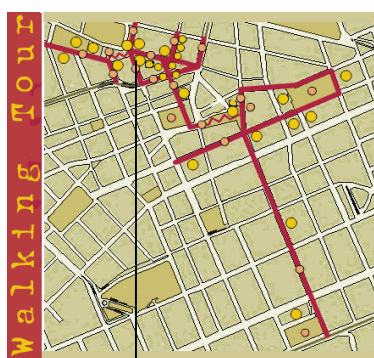


Rua Duque de Caxias

Patrono do Exército Brasileiro, Luís Alves de Lima e Silva (1803-1880). Militar e estadista, nasceu em Porto Estrela (RJ), destaca-se na Guerra das Províncias Unidas do Rio da Prata; major em 1828, e coronel em 1839, neste ano realiza a pacificação do Maranhão, pacificou o Rio Grande do Sul, abalado pela longa Guerra dos Farrapos; senador pelo Rio Grande e elevado Conde de Caxias em 1845. Participou da Guerra do Paraguai, já como marechal-do-exército, último posto da hierarquia. Nesta guerra, ganha todas as batalhas e consagra-se como o seu maior herói, pelo que faz jus à coroa de Duque. Patrono do Exército Brasileiro (foi cognominado o Pacificador), na data de seu nascimento (25 de agosto) comemora-se o Dia do Soldado. Rosário, nome antigo da atual rua Duque de Caxias, inicialmente teve o nome de rua Nova do Rosário. Em 1880 passou a chamar-se rua Marçal

de Oliveira. Inicia no largo do Rosário e termina na Rua David Carneiro. Foi conhecida antigamente pelo nome de Travessa do Rosário.

: voltar :





Acaiaca

Localização: Largo da Ordem

Inaugurada em 1972, primeira galeria

profissional de arte da cidade de Curitiba, antes desta data apenas algumas lojas de móveis e decoração realizavam

exposições de artistas. A casa, em estilo Eclético, foi construída em 1880 pelo Sr. Schaffer,

imigrante alemão, para receber sua família que ali residiu até 1960.

Passou por uma reforma

autorizada pelo IPPUC em 1970 que preservou toda sua arquitetura

original. Na mesma época inaugurou-se o "Relógio das Flores" e a "Feirinha de

Artesanato do
Largo da
Ordem".

: voltar :





Rua Dr. Muricy

José Candido da Silva Muricy, nasceu em 1863, Curitiba. Em 1894. Tomou parte no memorável combate em defesa da Ilha de Florianópolis, não aceitando mais tarde liderar a invasão do Paraná a Santa Catarina. A rua Dr. Muricy, em 1905, recebia a denominação de Rua da Assembléia e era um caminho de barro onde cabras passeavam tranquilas por ela. Tinha seu início na Rua da Democracia, (hoje Rua Visconde de Guarapuava), e terminava no Largo Dr. Faria, (hoje Praça Garibaldi). Muitas famílias importantes moravam no local. Por alguns anos a parte alta da rua gozava de má fama por estarem instaladas ali algumas casas das ditas mulheres de vida fácil, sendo a

mais famosa a da francesa Madame Ginet. Daquele tempo resta ainda o Torreão da antiga residência da família José Hauer Senior, doado às freiras do atual Colégio Divina Providência. O restante o progresso engoliu. Conserva ainda sua importância como ligação do setor histórico e a parte sul do centro da cidade, sendo uma rua congestionada com o tráfego de veículos que tomaram o lugar das tranquilas cabritas.

: voltar :





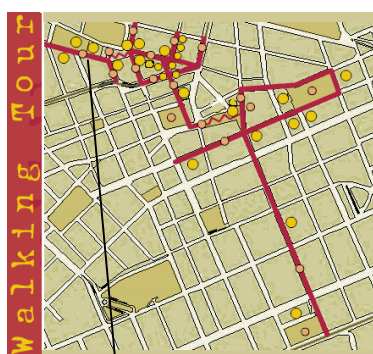
Sociedade Garibaldi

Localização:
Praça Garibaldi, nº12

Fundada em 1904, tinha como principal intuito ensinar português aos descendentes de italianos. Hoje tem cunho social, cultural e recreativo. Os muros da sociedade foram construídos pelos próprios associados em 1918 e seu projeto arquitetônico é de João Mio. Nos jardins existe uma pedra em homenagem ao soldado desconhecido, trazida em 1934 de Monte Grapp, Itália. Sua arquitetura exemplifica o ecletismo com predominância neoclássica. Implantada no lado mais alto da praça soerguido

em um platô,
dispõe a sua
frente de
escadaria,
ligando o portão
de entrada ao
átrio, que
contribui para lhe
conferir a
monumentalidade
própria do estilo.

: voltar :





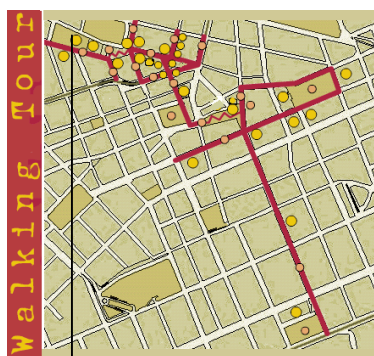
Rua Dr. Kellers

Por volta de 1853, o governo do Paraná contratou os serviços profissionais do Sr. Francisco Keller e seus filhos, vieram da Alemanha e iniciaram grandes trabalhos como o levantamento dos rios Paraíba e Pombo. Efetuaram a exploração e procederam às medições hidrográficas do Rio Ivaí e iniciaram estudos para a construção

o de uma
estrada
mista que
deveria ir
de
Antonina a
Cuiabá
usando os
Rios Ivaí,
Paraná e
Miranda.
Fizeram
enorme
relato das
condições
de tribos
selvagens,
indicação
de locais
apropriado
s para a
fundação
de
colônias
agrícolas
e
aldeament
o de
indígenas.
Permanec
eram no
Brasil até
1865,
deixaram
material
valioso
para os
estudiosos
. Nesta
rua situa-

se o
Museu de
Arte do
Paraná,
antiga
residência
de Julio
Garmatter,
fazendeiro
paranaens
e que ali
residiu de
1929 a
1936 com
sua
família.

: voltar :





Ruínas São Francisco e Belvedere

Localização:
Praça João Cândido

No século XVIII, os franciscanos iniciaram a construção do seu convento, mas não o concluíram. Ainda hoje, restam ruínas de algumas paredes de alvenaria de pedra. Devido precariedade do seu estado físico, o então prefeito, engenheiro Cândido de Abreu, resolveu demoli-la, e construir no local um Belvedere. Inaugurado em 1915, em arquitetura art nouveau. Após permanecer sem uso por alguns anos, foi cedido à União Cívica Feminina. Entre as ruínas, implantou anfiteatro, com assentos em alvenaria de tijolo. O aspecto mais importante do Belvedere, é a

solução plástica
que transmite, com
graça e equilíbrio,
o traço art
nouveau,
principalmente na
composição das
varandas, na forma
dos vãos e no
desenho fitomorfo
dos ornamentos,
em massa,
ressaltados nos
paramentos da
fachada e nos
guarda-corpos
recortados em
madeira. O gradil
colocado em volta
do “Belvedere”, por
motivos de
segurança,
prejudica
apreciação de sua
arquitetura

: voltar :



Museu de Arte do Paraná- Palácio São Francisco

Localização: Praça João Cândido, nº 40

Foi mandado construir por Julio Garmatter, próspero fazendeiro

paranaense, que ali residiu de 1929 a 1936, com sua família. Garmatter vendeu em 1938 a propriedade ao governador do Paraná para a instalação da sede governamental. Em 1914 foi o governo transferido para o Centro Cívico, sendo então o Palácio São Francisco cedido ao governo federal para abrigar o Tribunal Regional Eleitoral – TRE, que permaneceu ali até 1987.

Sua arquitetura, marcada pelo predomínio das superfícies cegas, monumentalidade de escala, ausência de ornatos e rigor da composição, revela influência germânica. Ressalta o período de transição entre o ecletismo neoclássico e o modernismo, mantendo do primeiro a simetria e do segundo a nudez das paredes.

: voltar :